

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**NOMOR SKRIPSI****3950/MD-D/SD-S1/2020**

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN PAKET UMRAH  
DI AL-AZHAR ISLAMIC TOUR PADANG**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata (SI) Manajemen Dakwah (S.Sos)

**Oleh:**

**IKHSANDRI HERIZAL**  
**NIM. 11644200576**

**PRODI MANAJEMEN DAKWAH**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM**  
**RIAU**  
**2020**

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155, Tuan Mada, Pekanbaru 28293 PO Box 10001 Telp. (0761) 562051  
Fax. (0761) 562052 Web: www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain.sg@pekanbaru.indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertandatangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Ikhsandri Herizal  
NIM : 11644200576  
Judul : Strategi Bauran Pemasaran Paket Umrah di Al-Azhar Islamic Tour Padang

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada:

Hari : Jum'at  
Tanggal : 15 Mei 2020

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Dakwah di Fakultas Dakwah dan komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 16 Mei 2020

Dekan,

Dr. Nurdin, M.Ag  
NIP.196606202006041015

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I

Digitally signed by masduki@uin-suska.ac.id  
Date: 2020.05.16 16:16:09 +07'00'

Dr. Masduki, M.Ag  
NIP. 19710612 199803 1 003

Sekretaris/ Penguji II

Imran Rosidi, Ph.D  
NIP. 19811118 200901 1 006

Penguji III

Khairuddin, M.Ag  
NIP. 19720817 200910 1 002

Penguji IV

Artis, S.Ag.M.IKom  
NIP. 19680607 200701 1 047

- Hak Cipta Milik UIN Suska Riau
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No.155 KM.18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-562223  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id E-mail: iain-so@pekanbaru-indo.net.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Setelah melakukan bimbingan, arahan, koreksi, serta perbaikan sebagaimana mestinya terhadap penulis skripsi saudara:

Nama : Ikhsandri Herizal  
Nim : 11644200576  
Jurusan : Manajemen Dakwah  
Judul skripsi : "Strategi Bauran Pemasaran Paket Umrah di Al-Azhar Islamic Tour Padang"

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasahkan guna melengkapi tugas serta memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat, yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Pekanbaru, 02 Maret 2020

Mengetahui,  
Pembimbing

Ketua Jurusan Manajemen Dakwah



Imron Rosidi, MA, Ph. D  
NIP. 19811118 200901 1 006



Khairuddin, M.Ag  
NIP. 19720817 200910 1 002

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
كلية الدعوة و علم الاتصال  
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION  
Jl. H.R. Soebrantas No.155 KM.18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-562223  
Fax. 0761-562052 Web: www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN

Nama : Ikhsandri Herizal  
NIM : 116441200576  
Jurusan/Fak : Manajemen Dakwah / Dakwah Dan Komunikasi  
Judul : "Strategi Bauran Pemasaran Paket Umrah di PT Al-Azhar Islamic Tour"

Telah diseminarkan pada :

Hari : Kamis  
Tanggal : 20 Juni 2019

Dan dapat diterima untuk penulisan skripsi. Selanjutnya sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana (S1) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 02 Desember 2019  
Penguji Seminar Proposal

Nur Alhidayatillah, M.Kom.I  
NIP. 130417027



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrandt No.155 KM.18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-562223  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : IKHSANDRI HERIZAL  
Nim : 11644200576  
Tempat /Tanggal lahir : Lumpo Timur, 12 Desember 1997  
Jurusan : Manajemen Dakwah  
Judul skripsi : "Strategi Bauran Pemasaran Paket Umrah di Al-Azhar Islamic Tour Padang "

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik untuk naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan karya tulis ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau serta undang-undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 2 Maret 2020  
Yang membuat pernyataan,



**IKHSANDRI HERIZAL**  
NIM. 11644200576

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang untuk menyalin atau sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrandt No.155 KM.18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-562223  
Fax. 0761-562052 Web: www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Hak Cipta: UIN Suska Riau Undang-Undang

1. Dilarang menyalin atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Khairuddin, M.Ag

Dosen Pembimbing Skripsi

Nomor : Nota Dinas

Lampiran : 5 (Eksemplar) Skripsi

Hal : Pengajuan Ujian Skripsi

A.n Ikhsandri Herizal

Pekanbaru, 02 Maret 2020

Kepada Yth,

Dekan

Fakultas Dakwah dan Kominikasi

Di-

Pekanbaru

Assalamua'alaikum Wr. Wb.

Setelah kami mengadakan pemeriksaan atau perubahan seperlunya guna kesempurnaan skripsi ini, maka kami sebagai pembimbing skripsi saudara **IKHSANDRI HERIZAL, NIM. 11644200576** dengan judul "**Strategi Bauran Pemasaran Paket Umrah di Al-Azhar Islamic Tour Padang**" telah dapat diajukan untuk mengikuti ujian Munaqasah guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Harapan kami semoga dalam waktu dekat, yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian Munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian surat pengajuan ini kami buat, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing



Khairuddin, M.Ag

NIP.19720817 200910 1 002





### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## PERSEMBAHAN



*Kubersujud dihadapan MU Engkau berikan kesempatan sampai pada saat awal  
perjuanganku*

*Segala puji bagi MU ya Allah*

*Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila telah selesai (dari suatu  
urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain hanya kepada Tuhanlah*

*hendaknya kamu berharap*

*(Al Insiyroh: 6,7,8)*

*Bersungguh-sungguhlah dalam berusaha dan iringilah usaha dengan do'a*

*Inna al-hayata 'aqidatuw wajihadun*

*Hidup ini sesungguhnya tentang keyakinan dan perjuangan*

*(Ahmad Syauqi)*

*Alhamdulillah*

*Sebuah langkah telah usai sudah*

*satu cita telah kugapai*

*namun...*

*Itu bukan akhir dari perjalanan melainkan awal dari satu perjuangan*

*Ibunda dan ayahku tercinta*

*Kutata masa depan dengan Do'amu*

*Kugapai cita dan impian dengan pengorbanan mu*

*Terima kasih yang tak terhingga untukmu*

*Kini..*

*Dengan segenap kasih sayang dan diiringi do'a yang tulus ku persembahkan karya tulis ini  
kepada ibundaku dan ayahku abgku, kakaku, Aidil Bagus Wicaksono seseorang yang selalu*

*menyemangati, kepada keluarga besarku, tak lupa kepada seluruh dosen dan teman-*

*temanku yang telah membantu dan memberikan semangat hingga terselesaikanlah karya kecil*

*ini*

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

**Nama : Ikhsandri Herizal**  
**Jurusan : Manajemen Dakwah**  
**Judul : Strategi Bauran Pemasaran Paket Umrah di Al-Azhar Islamic Tour Padang**

Latar belakang dari penelitian ini adalah semakin meningkatnya jumlah jamaah Al-Azhar Islamic Tour dari tahun ke tahun dan banyaknya kantor cabang Al-Azhar Islamic Tour. Penelitian ini dilakukan di Al-Azhar Islamic Tour Padang. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi bauran pemasaran paket umrah Al-Azhar Islamic Tour di Padang. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi bauran pemasaran paket umrah di Al-Azhar Islamic Tour Padang. Penelitian ini memakai metode deskriptif dan menggunakan pendekatan kualitatif. Subjek dalam penelitian ini adalah pimpinan dan karyawan Al-Azhar berjumlah 6 orang. Objek penelitian ini adalah strategi bauran pemasaran paket umrah di Al-Azhar Islamic Tour Padang. Adapun metode pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Strategi bauran pemasaran paket umrah di Al-Azhar Islamic Tour Padang terdapat 7 indikator: *Pertama*, strategi produk (*product*) terdapat paket umrah yang bervariasi, memiliki pertimbangan dan tahapan dalam pembentukan paket umrah. *Kedua*, strategi harga (*price*) memiliki harga yang sesuai dengan fasilitas yang didapatkan, memiliki tahapan dan pertimbangan dalam penetapan harga paket umrah. *Ketiga*, strategi tempat (*place*) melakukan distribusi langsung di kantor pusat yang strategis dan memiliki banyak kantor cabang di berbagai daerah. *Keempat*, strategi promosi (*promotion*) menetapkan kegiatan promosi, menggunakan media pendukung dan menggunakan public figure Ustadz Abdul Somad sebagai endorse dan mempunyai tujuan dari kegiatan promosi yang dilakukan. *Kelima*, strategi bukti fisik (*physical evidence*) menyediakan sarana dan prasana yang baik, memberikan transportasi yang lancar, dan mempunyai mutawwif yang berpengalaman. *Keenam*, strategi orang (*people*) memiliki prosedur pengangkatan tenaga kerja dan memberikan motivasi. *Ketujuh*, strategi proses (*process*) melayani jamaah secara tepat dan cepat, mampu memberikan kepercayaan kepada jamaah.

**Kata Kunci : Strategi, Bauran Pemasaran, Paket Umrah**



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRACT

**Name : Ikhsandri Herizal**  
**Major : Da'wah Management**  
**Title : Marketing Mix Strategy of the Umrah Package in the Al-Azhar Islamic Tour Padang**

The background of this research is the increasing number of Al-Azhar Islamic Tour jams from year to year and the number of Al-Azhar Islamic Tour branch offices. This research was conducted at Al-Azhar Islamic Tour Padang. The problem in this study is how the marketing mix strategy of the Al-Azhar Islamic Tour Umrah package in Padang. The purpose of this research is to find out how the marketing mix strategy of the Umrah package in the Al-Azhar Islamic Tour Padang. This research uses descriptive method and uses a qualitative approach. The subjects in this study were the leaders and employees of Al-Azhar totaling 6 people. The object of this research is the marketing mix strategy of the Umrah package in Al-Azhar Islamic Tour Padang. The data collection method is done through observation, interviews, and documentation. The marketing mix strategy of the Umrah package in Al-Azhar Islamic Tour Padang there are 7 indicators: First, the product strategy (product) there is a Umrah package that is varied, has considerations and stages in the formation of the Umrah package. Second, the price strategy has a price that is in accordance with the facilities obtained, has stages and considerations in setting the price of the Umrah package. Third, the place strategy is to do direct distribution at the strategic head office and has many branch offices in various regions. Fourth, the promotion strategy determines promotion activities, uses supporting media and uses Ustadz Abdul Somad's public figure as endorse and has the purpose of the promotional activities undertaken. Fifth, the physical evidence strategy (physical evidence) provides good facilities and infrastructures, provides smooth transportation, and has experienced Muttawfif. Sixth, the strategy of people (people) has a procedure for hiring workers and provides motivation. Seventh, the process strategy (process) to serve pilgrims appropriately and quickly, is able to give trust to pilgrims.

**Keywords: Stratgi, Marketing Mix, Umrah Package**

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## KATA PENGANTAR



*Assalamu 'alaikum Warahmatullah Wabarokatu.*

Puji syukur senantiasa penulis ucapkan kehadiran Allah Subhanahu wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Strategi Bauran Pemasaran Paket Umrah di Al-Azhar Islamic Tour Padang**". Sholawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad Shalallaahu 'Alaihi wa Sallam yang telah membimbing umat-Nya dari masa jahiliyah ke masa yang penuh ilmu pengetahuan seperti sekarang ini.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana strata (SI) Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Dengan keterbatasan penulis maka dalam penulisan skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, saran-saran, serta motivasi dari berbagai pihak sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis dengan setulus hati mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

Kedua orangtua Ayahanda Arizal, Ibunda Heristati, yang selalu mendo'akan, memberikan motivasi, kasih sayang dan mengorbankan jiwa dan raga untuk kesuksesan anak-anaknya.

Abang dan Kakak tercinta, Ikhsandro Herizal, Mela Gusthya, Sepupu, Yeni, Ridho Rusli, Sari Lidiani, Mama Eli, Ciani, Papa Oyon, Tante Yeni, Om Sueb, dan terutama Aidil Bagus Wicaksono, serta seluruh Keluarga besar.

Prof. Dr. H. Akhmad Mujahidin, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dr. Nurdin, MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dr. Masduki M. Ag selaku Wakil Dekan I Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dr. Toni Hartono, M. Si selaku Wakil Dekan II, dan Dr. Azni, M. Ag selaku Wakil Dekan III.

Imron Rosidi, MA, Ph. D selaku Ketua Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Khairuddin, M. Ag selaku Sekertaris Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, sekaligus Pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan masukan, bimbingan dan pengarahan serta motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

9. Dr. Arwan, M. Ag Selaku Pembimbing Akademik yang telah banyak memberikan masukan, bimbingan dan pengarahan serta motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

10. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan pada penulis dalam menyelesaikan studi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

11. Karyawan/I Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan pelayanan yang baik dan kemudahan dalam administrasi.

Yonhadi Ramon, Lc selaku Direktur Al-Azhar Islamic Tour Padang, Abdussalam, Lc selaku Komisaris Al-Azhar Islamic Tour Padang, Taufik, SE, selaku Marketing, Budi Hermanto S.P.d.i selaku Desain Grafis, Deprianti Amd selaku Accounting dan Auliya Rahma Yana selaku Adminitrasi, yang sudah memberikan kemudahan bagi penulis dalam mengumpulkan data yang di butuhkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

12. Teman-teman terbaik dan seperjuangan Mahasiswa-mahasiswi Konsentrasi Manajemen Travelling Haji dan Umrah, Jurusan Manajemen Dakwah angkatan tahun 2016 yang telah menjadi sahabat seperjuangan dalam suka maupun duka.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

14. Sahabat-sahabat Manajemen Dakwah angkatan 2016 yaitu Riska Dewi, Misniarti, Fuja Karennina, Nurul Arnila, Sahabat Merry Fitri Yelly, yang begitu setia memberikan dukungan maupun menemani penulis untuk sama-sama berjuang meraih gelar Sarjana. Semoga kita semua dalam lindungan Allah SWT.
15. Teman-teman Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tahun 2019. Kecamatan Tanjung Belit Selatan.
16. Keluarga besar SMP N 1 Sungai Rumbai dan Majelis Guru dan teman-teman.
17. Keluarga besar SMAN 1 Sungai Rumbai dan Majelis Guru dan teman-teman.
18. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga semua bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung akan menjadi amal ibadah dan mendapat pahala dari Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sebagai perbaikan dimasa yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfa'at bagi pembacanya. *Amin Ya Robbal 'Alamin. Wassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarokatu.*

Pekanbaru, 02 Mei 2020  
Penulis

**IKHSANDRI HERIZAL**  
**NIM. 11644200576**





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**DAFTAR ISI**

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Penegasan Istilah .....	4
C. Rumusan Masalah .....	6
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	6
E. Sistematika Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA FIKIR .....</b>	<b>8</b>
A. Kajian Teori .....	8
B. Kajian Terdahulu .....	35
C. Kerangka Berfikir .....	36
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	38
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	38
C. Sumber Data Penelitian .....	38
D. Informan Penelitian .....	38
E. Teknik Pengumpulan Data .....	39
F. Validitas Data .....	40
G. Teknik Analisis Data .....	41
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
A. Sejarah Al-Azhar Islamic Tour .....	43
B. Visi dan Misi PT Al-Azhar Islamic Tour .....	44
C. Perlengkapan Umrah .....	45
D. Fasilitas Yang Didapat Jamah .....	45



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

E. Alur Pendaftaran Umrah .....	46
F. Persyaratan Umrah .....	46
G. Biaya Belum Termasuk .....	46
H. Pembatalan Keberangkatan .....	47
I. Itinerary Perjalanan Umrah .....	49
J. Alamat Kantor Al-Azhar Islamic Tour .....	53
K. Bank Pembayaran Biaya Perjalanan Al-Azhar Islamic Tour .....	56
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
A. Hasil Penelitian .....	57
B. Pembahasan .....	77
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>93</b>
A. Kesimpulan .....	93
B. Saran .....	94

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**



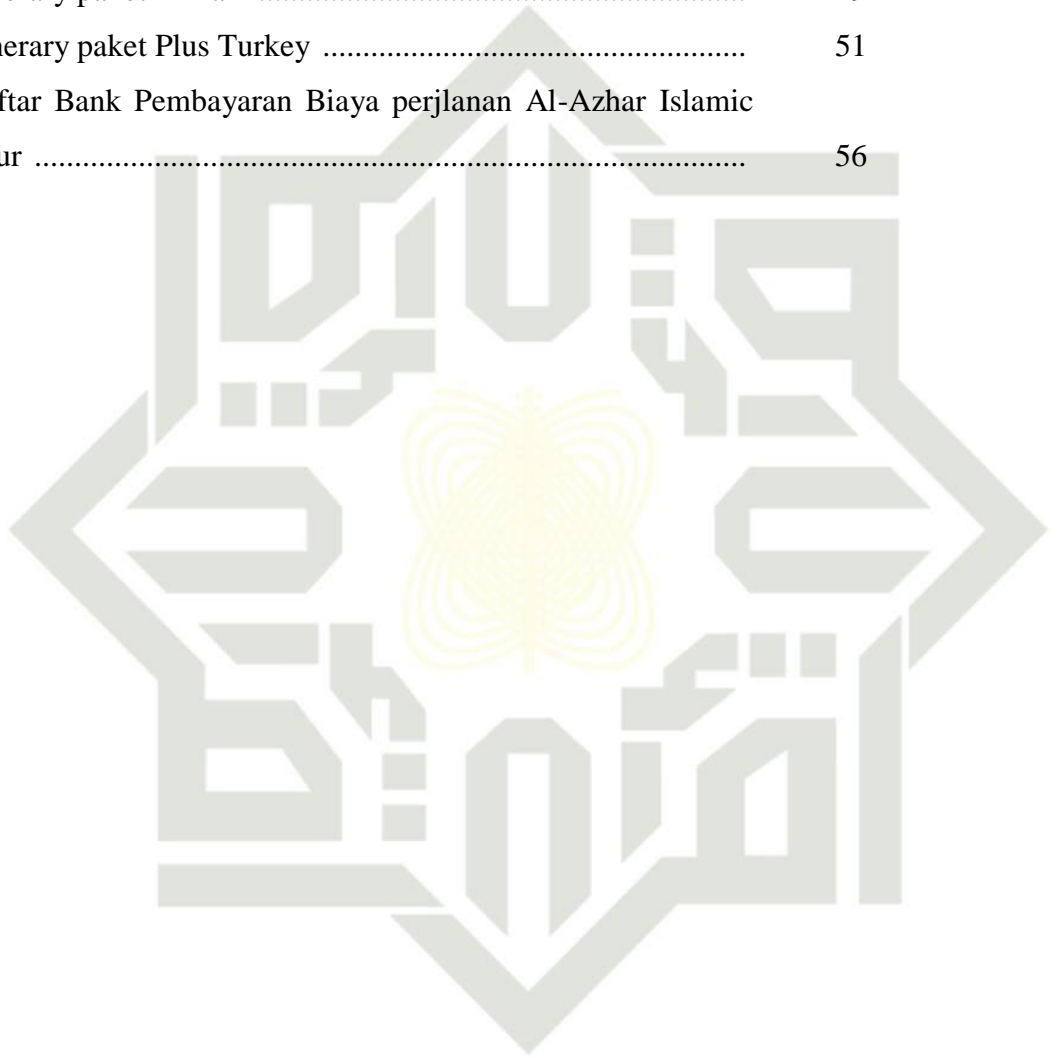


**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1	Perkembangan Jumlah Jamaah Al-Azhar Islamic Tour .....	4
Tabel 2.1	Kajian Teori .....	34
Tabel 4.1	Itinerary paket 12 hari .....	49
Tabel 4.2	Itinerary paket Plus Turkey .....	51
Tabel 4.3	Daftar Bank Pembayaran Biaya perjalanan Al-Azhar Islamic Tour .....	56



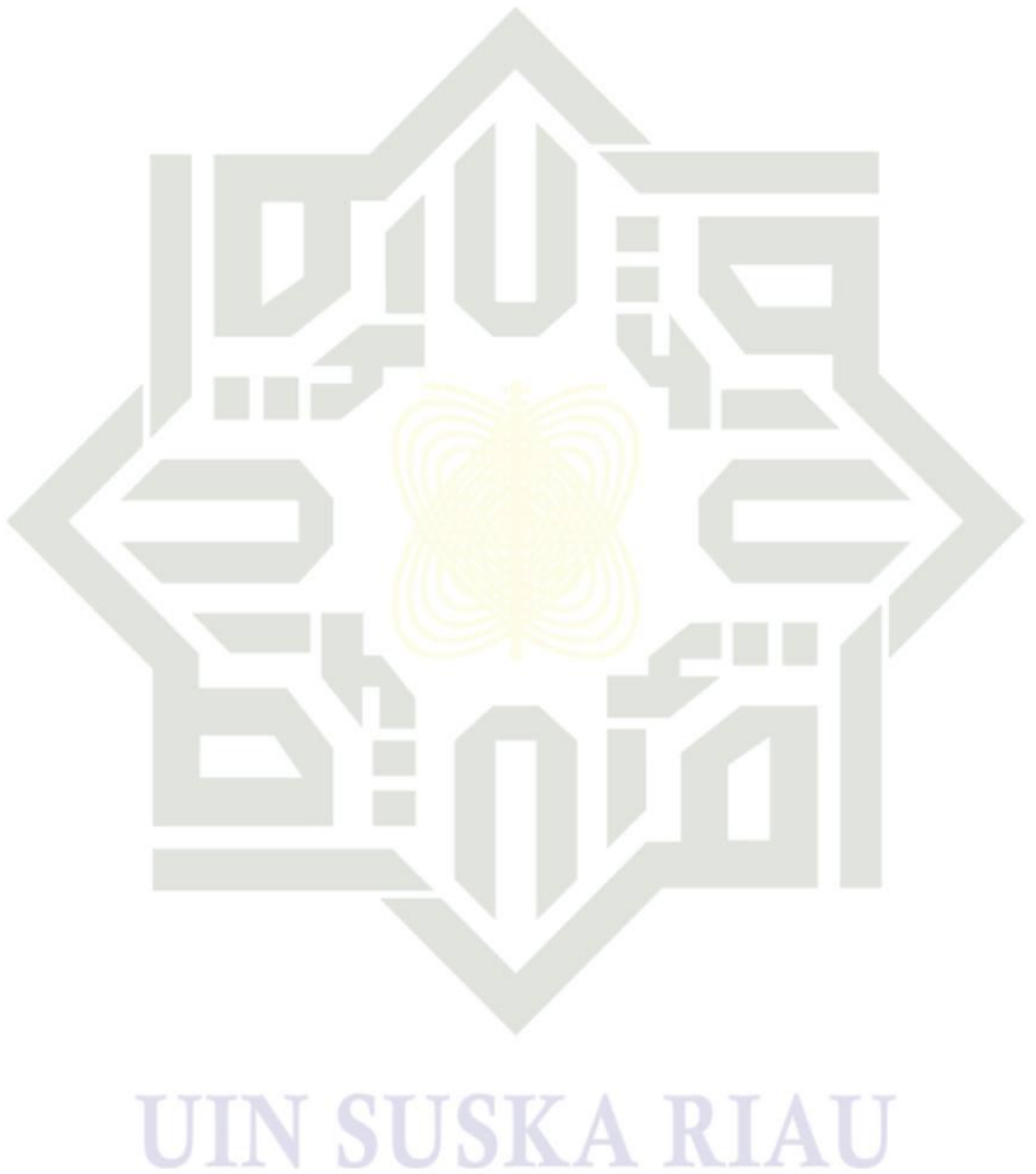
UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 3.1 Skema Kerangka Pemikiran Penelitian .....	37
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Al-Azhar Islamic Tour Padang .....	48





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Pedoman Wawancara
- Lampiran 2. Transkrip Wawancara
- Lampiran 3. Foto Dokumentasi
- Lampiran 4. Surat Persetujuan Pembimbing
- Lampiran 5. Naskah Riset
- Lampiran 6. Surat Penunjukan Pembimbing
- Lampiran 7. Surat Mengadakan Penelitian dari Kampus Untuk Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau
- Lampiran 8. Surat Rekomendasi Mengadakan Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau
- Lampiran 9. Surat Rekomendasi Mengadakan Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sumatera Barat
- Lampiran 10. Surat Mengadakan Penelitian dari Kampus Untuk Tempat Penelitian
- Lampiran 11. Surat Keterangan Penelitian dari tempat Penelitian

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I PENDAHULUAN

### A Latar Belakang

Perusahaan adalah sebuah unit kegiatan produksi yang mengolah kegiatan sumber daya ekonomi untuk memproduksi barang dan jasa.<sup>1</sup> Untuk mencapai tujuannya, setiap perusahaan mengarahkan kegiatan usahanya untuk menghasilkan produk yang dapat memberikan kepuasan konsumen, sehingga dalam jangka panjang perusahaan mendapatkan keuntungan yang diharapkannya. Oleh karena itu, keberhasilan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh keberhasilan usaha pemasaran dari produk yang dihasilkannya.

Mempertahankan pelanggan adalah syarat utama yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar sukses dalam suatu persaingan. Mempertahankan pelanggan berarti perusahaan harus mampu memuaskan apa yang dibutuhkan dan diinginkan pelanggannya melebihi apa yang diberikan pesaing, sedangkan meningkatkan pelanggan berarti perusahaan harus dapat menangkap setiap peluang yang ada melalui strategi pemasarnya untuk mendapatkan pelanggan baru.<sup>2</sup>

Salah satu unsur dalam strategi pemasaran adalah strategi bauran pemasaran. Strategi ini merupakan strategi yang dijalankan perusahaan, yang berkaitan dengan penentuan bagaimana perusahaan menyajikan penawaran produk dengan segmen pasar tertentu.<sup>3</sup>

Kotler dan Armstrong menyatakan bahwa bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah sekumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang diinginkan di pasar sasaran. Bauran pemasaran yang dimaksud dalam definisi tersebut mencakup empat variabel, yakni produk (*product*), harga (*price*),

<sup>1</sup> Purwosutjipto, *Pengertian Pokok Hukum Dagang Indonesia, Jilid I* (Jakarta : Djambatan, 1981), 9.

<sup>2</sup> Tatik Surya, *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 1-2.

<sup>3</sup> Sofian Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2004), 8.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tempat (*place*), dan promosi (*promotion*).<sup>4</sup> Dengan adanya perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan kreativitas modern, maka banyak bauran pemasaran atau *marketing mix* yang sudah mengalami kombinasi tambah dan kurang.

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa adalah perusahaan perjalanan travel umrah. Perusahaan ini pun berperilaku seperti perusahaan lainnya, yaitu mencari keuntungan dengan memberikan kepuasan bagi konsumen atau jamaah dengan menggunakan konsep pemasaran.<sup>5</sup>

Perusahaan travel umrah merupakan lembaga atau instansi yang menyediakan dan mengadakan perjalanan bagi jamaah yang ingin melaksanakan umrah. Penyelenggaraan umrah bertujuan memberikan pembinaan, pelayanan, dan perlindungan kepada jamaah. Perusahaan jenis ini yang dihasilkan atau dipasarkan kepada jamaah adalah produk yang berbentuk jasa yang berupa pelayanan dan pembinaan dalam melaksanakan ibadah umrah.<sup>6</sup>

Setiap tahunnya jamaah haji semakin bertambah, sepanjang sejarah pelaksanaan ibadah haji selalu mendapatkan perhatian khusus. Seiring bertambahnya pendaftar haji mengakibatkan kuota untuk menunaikan ibadah haji menjadi terbatas, dan apabila calon jamaah haji ingin segera berangkat menuju ke tanah suci, maka alternatif lain untuk menunaikan ibadah di tanah suci adalah ibadah umroh.<sup>7</sup> Umrah adalah berkunjung ke baitullah untuk melakukan thawaf, sa'i, dan bercukur demi mengharap ridha Allah SWT.<sup>8</sup>

Berdasarkan fakta di atas maka semakin mempengaruhi pengusaha untuk membuka bisnis umroh, hal ini bisa dilihat dari semakin menjamurnya perusahaan travel umrah di berbagai daerah baik di kota besar maupun di daerah terpencil sekalipun, hal ini membuat perusahaan tersebut saling

<sup>4</sup> Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran. Edisi kelima* (Jakarta : Erlangga. 2007), 20.

<sup>5</sup> Iwan Giwangkara, *Cara Mudah Berbisnis Travel Umrah dan Haji Khusus* (Jakarta : PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, 2018), 2.

<sup>6</sup> Octania Grasella "Strategi Pemasaran PT. Mudaris Mandiri Wisata Dalam Meningkatkan Jumlah Jama'ah Umrah Di Kota Pekanbaru", (Skripsi-Manajemen Dakwah dan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Riau, 2018), 1.

<sup>7</sup> Azwar Aziz, *Panduan Praktis Perjalanan Haji dan Umrah* (Riau : Asa Riau, 2015), 3.

<sup>8</sup> Ahmad Nizam dan Hasan Alatif, *Manajemen Haji* (Jakarta : Zikru Hakim, 2002), 45.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berlomba-lomba untuk mendapatkan jamaah, tentunya dengan melakukan strategi marketing yang semakin di modifikasi, di mana setiap perusahaan memiliki target tertentu untuk kemajuan usahanya.<sup>9</sup>

Al-Azhar Islamic Tour merupakan salah satu perusahaan yang mendapat izin penyelenggara umrah dari Kementrian Agama. Izin PPIU No.776 Tahun 2017, yang memiliki kantor di Jl Sawahan No 55, Sawahan, Kecamatan Padang Timur, Kota Padang. Padang 25121. Al-Azhar Islamic Tour merupakan perusahaan yang tergolong baru, karena perusahaan ini berdiri pada tahun 2015 dan telah memiliki beberapa kantor cabang di berbagai daerah. Kantor cabang yang dimiliki oleh Al-Azhar tidak hanya di Provinsi Sumatra Barat saja, melainkan juga terdapat di Provinsi Riau dan Jambi. Di Provinsi Sumatera Barat Al-Azhar mempunyai 17 kantor cabang, sedangkan di Provinsi Riau terdapat 8 kantor cabang, dan di Provinsi Jambi Al-Azhar memiliki 4 kantor cabang. Jadi sekarang ini Al-Azhar Islamic Tour memiliki 29 kantor cabang.

Dengan perjalanan yang masih tergolong baru, maka Al-Azhar Islamic Tour terus melakukan evaluasi dalam berbagai hal. Saat ini Al-Azhar Islamic Tour menawarkan produk umrah dengan berbagai bentuk atau jenis paket yang berbeda, yang mana dari setiap paket tersebut mempunyai keunggulan tersendiri, dan dalam penjualan paket umrah tersebut Al-Azhar Islamic Tour memerlukan strategi agar produk umrah yang ada pada perusahaan tersebut dapat diterima oleh konsumen.

Setiap tahunnya jumlah jamaah umrah di Al-Azhar Islamic Tour mengalami peningkatan. Berikut peningkatan jumlah jamaah PT Al-Azhar Islamic Tour dari tahun 2016 sampai tahun 2019 :

---

<sup>9</sup> Aceng Ahmad Fahluroji, "Strategi Pemasaran Program Umroh Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jamaah Pada ESQ Tours And Travels 165 (Skripsi-Manajemen Haji dan Umrah Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, Maret 2015), 2.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Table 1.1**  
**Perkembangan Jumlah Jamaah**  
**Al-Azhar Islamic Tour**

No	Tahun	Jumlah Jamaah
1	2016	1100
2	2017	1350
3	2018	1420
4	2019	1675

Dapat dilihat dari tabel 1.1. bahwa dari tahun ke tahun jumlah jamaah umroh Al-Azhar Islamic Tour mengalami peningkatan.<sup>10</sup>

Berdasarkan fenomena yang timbul dari latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut dengan mengangkat permasalahan ini kedalam suatu karya ilmiah dengan judul “**Strategi Bauran Pemasaran Paket Umrah di Al-Azhar Islamic Tour Padang**”

**B. Penegasan Istilah**

Dalam penelitian yang berjudul “Strategi Bauran Pemasaran Paket Umrah di Al-Azhar Islamic Tour Padang”, penulis perlu mempertegas beberapa istilah dalam judul, terutama pada beberapa kata kunci yang penulis anggap penting. Maksudnya untuk menghindari kesalah pahaman terhadap istilah yang terdapat dalam judul penelitian, maka penulis perlu memberikan penegasan pada istilah-istilah berikut :

1. Strategi

Strategi adalah cara untuk mencapai sebuah hasil akhir. Hasil akhir menyangkut tujuan dan sasaran organisasi. Dengan demikian, strategi merupakan kumpulan taktik dengan maksud mencapai tujuan dan sasaran dari perusahaan, institusi atau badan.<sup>11</sup>

Jadi dalam penelitian ini strategi dapat dipahami sebagai cara yang digunakan Al-Azhar Islamic Tour dalam memasarkan paket umarah kepada masyarakat atau calon jamaah.

<sup>10</sup> Dokumentasi Al-Azhar Islamic Tour pada tanggal, 4 April 2019.

<sup>11</sup> Sandra Oliver, *Strategi Public Relations* (London : PT Gelora Aksara Pratama, 2006),

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### 2. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran adalah satu perangkat yang terdiri dari produk, harga, promosi dan distribusi, yang di dalamnya akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditunjukan untuk mendapatkan respon yang diinginkan dari pasar sasaran.<sup>12</sup>

Jadi dalam penelitian ini bauran pemasaran yang dimaksud adalah satu perangkat yang digunakan oleh Al-Azhar Islamic Tour yang terdiri dari produk, harga, promosi dan distribusi dari paket umrah yang dimiliki oleh Al-Azhar Islamic Tour. Yang akan menentukan keberhasilan dari Al-Azhar Islamic tour dalam memasarkan paket umrahnya ke masyarakat atau jamaah.

#### 3. Paket Umroh

Istilah paket dalam wisata adalah rencana acara perjalanan wisata yang telah tersusun secara tetap, dengan harga tertentu yang di dalamnya termasuk biaya perjalanan, penginapan, restoran dan sebagainya.<sup>13</sup>

Umroh adalah mengunjungi Ka'bah (baitullah) untuk melaksanakan serangkaian kegiatan ibadah ( thawaf, sa'i, tahallul) dengan syarat ketentuan yang telah ditetapkan dalam Al-Quran maupun sunnah Rasulillah SAW.<sup>14</sup> Jadi paket umrah adalah suatu perjalanan ibadah dengan mengunjungi baitullah dengan berbagai fasilitas yang telah disediakan<sup>15</sup>

Jadi paket umrah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah suatu perjalanan ibadah yang dikemas sedemikian rupa oleh PT Al-Azhar Islamic Tour untuk para jamaah, dan di dalamnya terdapat akomodasi, restoran, destinasi dan sebagainya ketika melakukan perjalanan ibadah umrah.

<sup>12</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Terjemahan Benyamin Molan, Edisi I* (Jakarta : PT Indeks, 2009), 189.

<sup>13</sup> Muljadi A.J. *Kepariwisata dan Perhalanan* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2012), 47.

<sup>14</sup> Az-Zuhaili Wahbah, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu* (Jakarta : Gema Insani, 2011), 368.

<sup>15</sup> Iwan Giwangkara, *Cara Mudah Berbisnis Travel Umrah dan Haji Khusus*, 2.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang yang telah dijelaskan, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana strategi bauran pemasaran paket umroh di PT Al-Azhar Islamic Tour Padang”

## **Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah disebutkan di atas, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi bauran pemasaran paket umrah di PT Al-Azhar Islamic Tour Padang .

### **2. Kegunaan Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan acuan untuk digunakan sebagai berikut :

#### **a. Teoritis**

- 1) Penelitian ini diharapkan berguna sebagai suatu referensi karya ilmiah yang dapat menunjang perkembangan ilmu pengetahuan dan sebagai bahan masukan yang dapat mendukung bagi peneliti maupun pihak lain yang tertarik dalam bidang penelitian yang sama.
- 2) Sebagai bahan bacaan untuk Jurusan Manajemen Dakwah pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

#### **b. Praktis**

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk menerapkan strategi bauran pemasaran paket umrah pada travel haji dan umroh khususnya PT Al-Azhar Islamic Tour Padang.
- 2) Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi pengkajian dan pembelajaran pada Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

- 3) Sebagai syarat menyelesaikan perkuliahan program Sarjana Strata Satu (S1) dan sebagai syarat memenuhi gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### Sistematika Penelitian

Untuk mempermudah pembaca dalam memahami serta menelaah penelitian ini, maka penulis sendiri menyusun laporan penulisan ini dalam 6 (enam) bab :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penelitian.

#### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERFIKIR**

Bab ini penulis mengemukakan kajian teori, pemikiram terdahulu dan kerangka berfikir yang digunakan dalam penelitian.

#### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjabarkan tentang jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data

#### **BAB IV : GAMBARAN UMUM**

Pada bab ini penulis mengemukakan tentang profil kantor PT Al-Azhar Islamic Tour Padang, sejarah, visi, misi, dan struktur organisasi.

#### **BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Merupakan bab yang menganalisa tentang strategi bauran pemasaran paket umrah di PT Al-Azhar Islamic Tour

#### **BAB VI : PENUTUP**

Berisikan tentang kesimpulan dan saran

### DAFTAR PUSTAKA

### LAMPIRAN

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### KAJIAN TEORI DAN KERANGKA FIKIR

#### A. Kajian Teori

##### 1. Defenisi Strategi

Pada awalnya konsep strategi didefenisikan sebagai cara untuk mencapai tujuan. Konsep ini sesuai dengan perkembangan awal penggunaan konsep strategi yang digunakan di dalam dunia militer. Strategi dalam dunia militer adalah berbagai cara yang digunakan oleh panglima perang untuk mengalahkan musuh dalam suatu peperangan. Sedangkan cara yang digunakan oleh pasukan untuk memenangkan pertempuran disebut dengan istilah taktik.<sup>16</sup>

Strategi merupakan sarana yang digunakan untuk mencapai akhir (sasaran).<sup>17</sup> Dalam konteks bisnis, strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha organisasi.<sup>18</sup>

Strategi Menurut William F. Gluek, adalah rencana yang dipersatukan secara terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan atau lembaga terhadap tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk meyakinkan bahwa sasaran dasar perusahaan akan mencapai dengan pelaksanaan yang tepat oleh organisasi tertentu.<sup>19</sup>

Sedangkan strategi menurut Hayes dan Weel Wright mengandung arti semua kegiatan yang ada dalam lingkup perusahaan, termasuk di dalamnya pengakolokasian semua sumber daya yang dimiliki perusahaan.<sup>20</sup>

<sup>16</sup> Ismail Solihin, *Manajemen Strategik*, (Bandung : Erlangga, 2012), 24.

<sup>17</sup> Lawrence R. Jauch, *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan* (Jakarta: Erlangga, 1998), 12.

<sup>18</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi 4* (Yogyakarta : Andi, 2008), hlm .16.

<sup>19</sup> William F, Geuk, *Manajemen Startegis dan Kebijakan Perusahaan*, (Jakarta: Erlangga, 1989), 4.

<sup>20</sup> Akdon, *Strategic Management For Educational Management* (Bandung : Alfabeta, 2009), 4.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada dasarnya strategi bagi suatu manajemen perusahaan ialah rencana berskala besar yang berorientasi pada jangka panjang yang jauh ke masa depan serta menetapkan sedemikian rupa sehingga memungkinkan perusahaan berinteraksi secara efektif.<sup>21</sup>

Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai.<sup>22</sup> Strategi merupakan rencana tindakan yang menggambarkan alokasi sumber daya kegiatan dalam menghadapi lingkungan dan mencapai tujuan organisasi. Esensi dari penyusunan strategi adalah memilih bagaimana organisasi menjadi berbeda. Strategi harus berubah dari waktu ke waktu agar sesuai dengan kondisi lingkungan, dan menciptakan nilai bagi pelanggan.<sup>23</sup>

Strategi berupaya untuk mengarahkan bagaimana suatu organisasi bermaksud memanfaatkan lingkungannya, serta memilih upaya agar pengorganisasian secara internal dapat disusun dan direncanakan bagi pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Strategi menjadi dasar bagi pencapaian tujuan dan sasaran organisasi. Dengan demikian strategi diharapkan dapat mendukung proses penyusunan dan perencanaan organisasi secara tepat, yang mencakup struktur dan prosesnya, lambang atau simbol, kebijakan fungsional dan profilnya, serta individu atau orang-orang dan aktivitasnya.<sup>24</sup>

Tujuan strategi yaitu :

- a. Memberikan arah jangka panjang yang akan dituju
- b. Membantu organisasi beradaptasi pada perubahan-perubahan yang terjadi
- c. Membuat suatu organisasi menjadi lebih efektif
- d. Mengidentifikasi keunggulan kompetitif suatu organisasi dalam lingkungan.

<sup>21</sup> Ibid, 12

<sup>22</sup> Fred R. David, *Manajemen Strategi Konsep, Edisi 12* (Jakarta : Salemba Empat. 2009),

<sup>23</sup> Richard L. Daft, *Management, Edisi 6* ( Jakarta : Salemba Empat, 2009), 362.

<sup>24</sup> Sofjan Assauri, *Strategic Management Sustainable Competitive Advantages* ( Jakarta : Rajawali Pers, 2016 ), 4.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- e. Aktivitas pembuatan strategi akan mempertinggi kemampuan organisasi untuk memecahkan masalah yang akan datang
- f. Keterlibatan karyawan dalam pembuatan startegi akan memotivasi karyawan pada tahap pelaksanaan
- g. Keengganan untuk berubah dari karyawan lama dapat dikurangi.<sup>25</sup>

## 2. Pemasaran

Defenisi pemasaran berbeda untuk setiap orang sesuai dengan pemahamannya. Pemasaran mempunyai arti yang beragam berdasarkan pemirsa, media, dan dinamika pasar. Pemasaran berasal dari kata dasar “pasar” dimana salah satu pengertian umumnya adalah tempat terjadinya transaksi jual beli barang atau jasa dan transaksi tukar menukar barang atau jasa antara penjual dan pembeli.<sup>26</sup>

Pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi itu sendiri menentukan barang dan jasa. Faktor penting dalam menciptakan nilai tersebut adalah produksi, pemasaran dan konsumsi. Pemasaran menjadi penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi.<sup>27</sup>

Pemasaran ada di mana-mana. Secara formal atau informal, orang dan organisasi terlibat dalam sejumlah besar aktivitas yang dapat kita sebut pemasaran. Pemasaran yang baik telah menjadi elemen yang semakin vital untuk kesuksesan bisnis. Pemasaran sangat mempengaruhi kehidupan kita setiap hari. Pemasaran melekat dalam setiap hal yang kita lakukan, dari pakaian yang kita pakai, situs internet yang kita klik, hingga iklan yang kita liat.<sup>28</sup>

Menurut Kotler dan Keller pemasaran sebagai suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui upaya menciptakan, menawarkan, dan

<sup>25</sup> Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif* (Jakarta : Erlangga, 2005), 183.

<sup>26</sup> Harman Malau, *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global* (Bandung : Alfabeta, 2017), 1.

<sup>27</sup> Nurahmi Hayani, *Manajemen Pemasaran* (Pekanbaru : Suska Press, 2012), 1.

<sup>28</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Terjemahan Benyamin Molan, Edisi I*, 3.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mempertukarkan secara bebas produk dan jasa yang bernilai satu sama lain.<sup>29</sup>

Menurut William J. Stanton mendefenisikan pemasaran adalah setiap kegiatan tukar-menukar yang bertujuan untuk memuaskan keinginan manusia. Dalam arti bisnis William juga mendefenisikan pemasaran sebagai sebuah sistem dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, memberi harga, mempromosikan dan mendistribusikan jasa serta barang-barang pemuas keinginan pasar.<sup>30</sup>

Menurut P.H. Nystrom pemasaran meliputi segala kegiatan mengenai penyaluran barang atau jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen.<sup>31</sup> Alex S. Nitisemito menyebutkan bahwa pemasaran bagaikan jantung sebuah perusahaan. Jika pemasaran suatu perusahaan sampai berhenti karena barang/jasa yang dijualnya tidak laku terjual, maka perusahaan tersebut akan mengalami kesulitan bahkan kegagalan, bila pemasaran berhenti, maka berhentilah semua kegiatan perusahaan.<sup>32</sup>

Menurut Marjorie Clayman pemasaran adalah membangun merek, meyakinkan orang-orang bahwa merek yang berarti produk, jasa, perusahaan adalah yang terbaik dan melindungi hubungan produsen dalam membangun dengan konsumen.<sup>33</sup>

Pemasaran itu bisa terjadi kapan saja. Bentuk-bentuk yang dapat dipertukarkan bukan hanya barang dan jasa, tetapi juga pengalaman, acara, orang, tempat, informasi, ide, industri, bahkan perusahaan. Pertukaran tersebut lebih berhasil apabila masing-masing pihak mendapat nilai-nilai yang memuaskan. Itu sebabnya pemasar fokus terhadap penciptaan kepuasan terhadap pelanggannya. Sekalipun perusahaan membuat suatu produk yang berkualitas, tetapi apabila tidak mempunyai nilai yang memuaskan terhadap pelanggan, maka produk itu akan ditolak oleh

<sup>29</sup> Fandy Tjiptono dan Gregorius, *Pemasaran Global*, 10.

<sup>30</sup> Marius P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jakarta : Rajawali Pers, 1999), 4.

<sup>31</sup> Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2015), 26.

<sup>32</sup> Alex S. Nitisemito, *Dialog Bisnis dan Manajemen* (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2001),

hal. 11.

<sup>33</sup> Harman Malau, *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*, 17.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pelanggan. Produk yang tidak bisa dijual memberikan dampak yang negatif terhadap perusahaan. Itulah sebabnya bahwa pemasaran merupakan jantung atau hati dari perusahaan.<sup>34</sup>

Program pemasaran dimulai dengan sebutir gagasan produk dan tidak terhenti sampai keinginan konsumen benar-benar terpuaskan, mungkin setelah penjualan dilakukan. Untuk berhasil pemasaran harus memaksimalkan penjualan yang menghasilkan laba dalam jangka panjang. Jadi pelanggan harus benar-benar merasa kebutuhannya dipenuhi supaya perusahaan memperoleh kesinambungan usaha yang biasanya sangat vital bagi keberhasilan.<sup>35</sup>

Pemasaran merupakan kegiatan yang dirancang untuk mendorong dan mengelola segala pertukaran untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan. Pengertian sempit dari pemasaran dapat diartikan sebagai konsep bagaimana menawarkan barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan dan kepuasan. Pemasaran terjadi karena ada kebutuhan dan keinginan. Dan keinginan ataupun kebutuhan dari konsumen selalu berubah-ubah dari waktu ke waktu.<sup>36</sup>

Dalam konsep pemasaran menentukan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien merupakan kunci utama dalam mencapai sasaran dan tujuan organisasi. Produsen harus dapat mengkoordinir semua kegiatan yang berkaitan dengan pelanggan. Singkatnya konsep pemasaran ini berlandaskan pada empat aspek utama yaitu pasar sasaran, kebutuhan pelanggan, pemasaran terkoordinir, dan keuntungan melalui kepuasan pelanggan.<sup>37</sup>

Konsep pemasaran juga merupakan alat untuk mencapai tujuan atau sasaran perusahaan. Demi keberhasilan perusahaan, para pemimpin perusahaan hendaknya memulai mengubah orientasi atau pandangannya, yaitu dengan menjalankan konsep pemasaran dalam perusahaannya. Agar

<sup>34</sup> Ibid, 3.

<sup>35</sup> Marius P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, 5.

<sup>36</sup> Harman Malau, *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*, 5-6.

<sup>37</sup> Nurahmi Hayani, *Manajemen Pemasaran*, 4.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

membantu memecahkan berbagai masalah yang dihadapi oleh perusahaan.<sup>38</sup>

Yang perlu di kembangkan dalam pemasaran ialah peranan dari pemasaran itu sendiri. Pemasaran merupakan fungsi dan proses, dengan demikian, maka pemasaran telah dapat dinyatakan sebagai fungsi pemasaran di dalam organisasi. Sehingga pemasaran diperankan dalam suatu organisasi bisnis atau perusahaan, sebagaimana fungsi-fungsi pengorganisasian lainnya, seperti keuangan dan akuntansi serta riset dan pengembangan.<sup>39</sup>

### 3. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Pengertian bauran pemasaran menurut para ahli :

Menurut Kotler bauran pemasaran adalah campuran dan variabel-variabel pemasaran yang dapat di pergunakan oleh suatu perusahaan untuk mengejar tingkat penjualan yang diinginkan dalam pasar sasaran.<sup>40</sup>

Menurut Dwyer and Tenner bauran pemasaran dasar manfaat yang disampaikan pemasar kepada pembeli dan 4P ini mengilustrasikan bahwa marketing adalah suatu proses penciptaan nilai yang diterima dari product, nilai yang di terima dari relationship dengan penjual.<sup>41</sup>

Menurut Assauri bauran pemasaran merupakan kombinasi variable atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variable yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen.<sup>42</sup> Jadi, bauran pemasaran terdiri dari himpunan variabel yang dapat dikendalikan dan digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dalam pasar sasaran.

Bauran pemasaran harus selalu dapat bersifat dinamis, dan dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan eksternal maupun internal. Faktor eksternal yaitu faktor diluar jangkauan perusahaan yang antara lain terdiri dari pesaing, teknologi, peraturan pemerintah, keadaan perekonomian, dan

<sup>38</sup> Ibid, 6.

<sup>39</sup> Sofjan Assauri, *Strategi Marketing Sustaning Lifetime Customer Value*, 1.

<sup>40</sup> Philip Kotler, *Marketing Management*, 10<sup>th</sup> edition (Jakarta : Prenhalindo, 2002), hlm.

<sup>41</sup> Yevis Marty Oesman, *Sukses Mengelola Marketing, CRM, Customer Value, dan Customer Dependency* (Bandung : Alfabeta, 2010), 22.

<sup>42</sup> Sofian Assauri, *Manajemen Pemasaran*, 180.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lingkungan sosial budaya. Sedangkan faktor internal adalah variabel-variabel yang terdapat dalam bauran pemasaran itu sendiri.<sup>43</sup> Berikut ini jabaran singkat variabel-variabel dari bauran pemasaran dalam teori Philip Kotler yang meliputi *product*, *price*, *place* dan *promotion*, antara lain :

#### a. Produk (*Product*)

Produk adalah apa saja yang dapat ditawarkan kepada pasar agar dapat dibeli, digunakan atau dikonsumsi, yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan mereka. Produk bukan hanya barang (objek fisik) saja, tetapi bisa juga pada pelayanan, orang, tempat, organisasi atau ide-ide.<sup>44</sup>

Produk suatu organisasi bisa terlihat, dirasakan, ataupun bentuknya itu nyata. Contohnya seperti makanan, pakaian, obat-obatan dan lain-lain. Sedangkan produk yang tidak terlihat dan hanya bisa dirasakan seperti jasa kesehatan, transportasi, pendidikan. Dan dalam pengembangannya produk harus memperhatikan mutu, desain, fitur, ukuran, nama, dan kemasan.<sup>45</sup>

Produk merupakan unsur yang paling penting, karena dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pemilihan jenis produk yang akan dihasilkan dan dipasarkan akan menentukan kegiatan promosi yang dibutuhkan, serta penentuan harga dan cara penyalurannya.<sup>46</sup>

Sebagai bukti dapat lihat dalam bentuk seperti apa produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan :

- 1) Ide-ide, yang di maksud ide-ide di sini adalah produk seperti EO (Event Organizer), desain grafis, dan lainnya.
- 2) Tempat, contoh yang paling gambling adalah proyek-proyek properti, perumahan, tanah, ruko, dan lainnya, adalah “tempat-

<sup>43</sup> Nurahmi Hayani, *Manajemen Pemasaran*, 90.

<sup>44</sup> Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2005), 8-9.

<sup>45</sup> Nandan Limakrisna, Wilhelmus Hary Susilo, *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis* ( Jakarta : Mitra Wacana Media, 2012), 31.

<sup>46</sup> Sofian Assauri, *Manajemen Pemasaran*, 200.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tempat atau lokasi yang bisa kita tawarkan. Pada bisnis ini, kita bisa melihat bahwa tempat yang berbeda memiliki harga yang berbeda.

- 3) Orang, maksud menjual orang di sini adalah sebuah figur-figur yang dapat ditawarkan karena skill atau talenta dan kemampuan tertentu yang di miliknya seperti artis, penyanyi, pembawa acara/MC, atau untuk proyek-proyek jangka pendek, seperti penyelenggara pameran.
- 4) Organisasi, seperti perusahaan yang ditampilkan memikat, laporan keuangan, data-data keungan, digambarkan prospeknya untuk ditawarkan ke pihak lain, seperti iklan, atau *roadshow* dengan melakukan presentasi-presentasi.
- 5) Pelayanan, produk pelayanan di sini seperti perbankan, jasa hotel, jasa penerbangan, jasa travel, konsultasi dan lainnya.
- 6) Pengalaman, (*experience*) semisal pengalaman menjadi tour guide travel ataupun haji dan umrah, dan lainnya.<sup>47</sup>

Usaha untuk merencanakan produk yang dapat ditawarkan kepasar, di mana perencana produk harus berfikir secara mendalam bagaimana tingkatan produk, sehingga tiap-tiap tingkatan mampu menambahkan lebih banyak nilai pelanggan dan pada akhirnya kelima tingkat tersebut akan membentuk suatu hierarchie nilai pelanggan. Tingkatan (level) produk tersebut terdiri atas :

- 1) Produk Utama/Inti (Core Benefit)  
Produk yang sesungguhnya dibeli konsumen karena memiliki manfaat utama atau sesungguhnya.
- 2) Produk actual/ (Basic product)  
Sering di sebut produk generi yaitu produk yang mencerminkan versi dasar fungsional dari suatu produk.
- 3) Produk yang diharapkan/ (Expected Product)

<sup>47</sup> Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan*, 9-10.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Yaitu suatu kumpulan atribut dan kondisi yang biasanya diharapkan dan disetujui pelanggan ketika mereka membeli produk tersebut.<sup>48</sup>

Produk itu merupakan sebuah anak dari bauran pemasaran yang memfasilitasi proses pertukaran dan pengembangan hubungan dengan konsumen dengan cara mengamati secara cermat kebutuhan dan keinginan konsumen.<sup>49</sup> Berikut macam-macam yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam strategi produk :

#### 1) Merek (*brand*)

Merek adalah suatu nama, istilah, simbol, desain, atau gabungan dari ke empatnya, yang mengidentifikasi produk para penjual dan membedakannya dari produk pesaing. Dengan ditetapkannya merek yang jelas dari setiap produk yang dihasilkan, untuk kualitas yang berbeda, desain yang berbeda, dan bentuk yang berbeda dengan merek-merek yang berbeda pula, akan menentukan posisinya masing-masing. Sesuatu merek agar mudah dikenal masyarakat, maka penciptaannya harus mempertimbangkan faktor-faktor, antara lain : mudah diingat, menarik perhatian dan terkesan hebat dan modern.<sup>50</sup>

#### 2) Pelayanan

Pelayanan berfokus pada level pelayanan yang akan ditawarkan. Contohnya, seperti beberapa maskapai penerbangan memberikan dan menyediakan layanan komunikasi dalam penerbangannya, telex atau akses computer pribadi.

<sup>48</sup> Hendra Riofita, *Strategi Pemasaran* (Pekanbaru : Mutiara Pesisir Sumatra, 2015), 75.

<sup>49</sup> Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Jakarta : Kencana Prenada media Group, 2012), 5.

<sup>50</sup> Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan* (Jakarta : PT Kharisma Mitra Utama, 2016), 200.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### 3) Kualitas

Kualitas dari setiap produk yang dihasilkan merupakan salah satu yang harus mendapat perhatian yang sungguh-sungguh dari perusahaan, kalau perusahaan ingin memenangkan suatu persaingan dalam industri tertentu. Tuntutan terhadap aspek kualitas dari suatu produk yang dihasilkan sudah menjadi suatu keharusan yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan, kalau tidak menginginkan konsumen yang telah dimilikinya beralih kepada produk-produk pesaing lainnya yang dianggap memiliki kualitas produk yang lebih baik.<sup>51</sup>

#### 4) Desain

Masalah desain (rancangan) dari suatu produk telah menjadi suatu faktor yang perlu mendapat perhatian serius dari manajemen khususnya team pengembangan produk baru, karena sasaran konsumen yang dituju tidak sedikit yang mulai mempersoalkan desain (rancangan) suatu produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Hal itu di sebabkan karena rancangan ataupun desain adalah totalitas dari keistimewaan yang mempengaruhi cara penampilan dan fungsi suatu produk dalam hal kebutuhan pelanggan.<sup>52</sup>

Oleh karena itu, bagi suatu perusahaan di dalam usaha dalam melakukan pengembangan terhadap suatu produk baru, tentunya tidak hanya memperhatikan kualitas produk di satu sisi sebagai sesuatu yang utama, tetapi perlu memperhatikan faktor desain produk sebagai satu kesatuan setelah mempertimbangkan semua pertukaran yang dapat dilakukan.

<sup>51</sup> Marius Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, 190.

<sup>52</sup> Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, Dadi Adrian, *Pemasaran Strategik* (Yogyakarta, ANDI : 2008), 435.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### 5) Ukuran

Keberhasilan dari elemen bauran produk yang dihasilkan, juga tidak dapat lepas dari ukuran produk yang dimiliki. Karena perlu mendapat perhatian secara saksama dari perusahaan selaras dengan tujuan dan sasaran konsumen yang dituju. Oleh karena itu, di samping perusahaan harus memperhatikan keanekaragaman, kualitas, desain dan sebagainya, maka perusahaan harus dapat menetapkan secara jelas berbagai ukuran produk yang akan dihasilkan, sejalan dengan tujuan dan sasaran yang diinginkan.<sup>53</sup>

Hal itu disebabkan, karena ukuran produk yang akan dihasilkan merupakan usaha dasar dari perusahaan untuk mengarahkan secara jelas pada tujuan-tujuan yang diinginkan serta berbagai sasaran-sasaran konsumen yang nantinya akan menggunakan produk tersebut.

Menurut Philip Kotler tahapan-tahapan dalam pembuatan produk yaitu:

- 1) Lahirnya gagasan
- 2) Penyaringan ide
- 3) Pengembangan dan pengujian konsep
- 4) Pengembangan strategi pemasaran
- 5) Analisis bisnis
- 6) Pengembangan produk
- 7) Pengujian pasar

Produk yang bersifat jasa memiliki strategi tersendiri dalam pembentukan produknya. Strategi jasa memberikan suatu pandangan tentang jasa macam apa yang harus diadakan oleh suatu perusahaan. Hal ini menggambarkan arah bisnis yang dirasakan oleh pelanggan dan karyawan, atau paling tidak bagaimana mereka harus memandangnya.

#### b. Harga (*Price*)

Penetapan harga merupakan keputusan kritis yang menunjang keberhasilan operasi organisasi profit maupun nonprofit. Harga

<sup>53</sup>Angipora, Op.Cit, 193.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi.<sup>54</sup> Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanan.<sup>55</sup>

Menurut Kotler harga adalah jumlah keseluruhan nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat yang didapatkan atau digunakan atas produk dan jasa. Di samping untuk mengsucceskan program pemasaran, tak berlebihan bila kita mengatakan unsur harga menentukan hidup dan matinya perusahaan.<sup>56</sup> Selanjutnya dikatakan Kotler dan Armstrong bahwa penetapan harga hendaknya di dasarkan pada persepsi konsumen terhadap nilai yang diterima, bukan pada biaya penjual atau produsen.

Harga merupakan jumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk guna memenuhi kebutuhan dan keinginan yang belum terpuaskan.<sup>57</sup> Harga adalah alat pengukur dasar sebuah sistem ekonomi karena harga mempengaruhi alokasi faktor-faktor produksi. Dalam peranannya sebagai penentu alokasi sumber-sumber yang langka, harga menentukan apa yang harus diproduksi dan siapa yang akan memperoleh berapa banyak barang atau jasa yang diproduksi.<sup>58</sup>

Harga sebuah produk atau jasa merupakan faktor penentu utama permintaan pasar. Harga mempengaruhi posisi persaingan dan bagian atau saham pasar dari perusahaan. Harga sebuah produk juga mempengaruhi program pemasaran. Suatu pemasar berhasil, jika bisa menempatkan penetapan harga dari program pemasaran kedalam

<sup>54</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Jawa Timur : Bayumedia Publishing, 2004), 178.

<sup>55</sup> David W. Cravens, *Pemasaran Strategis*, (Jakarta : Erlangga, 1996), 8.

<sup>56</sup> Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan*, 163.

<sup>57</sup> Marius P Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, 27.

<sup>58</sup> Harman Malau, *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional sampai Era Modernisasi Global*, 126.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perspektif yang tepat. Hal ini menjelaskan pentingnya peranan harga dalam kegiatan pemasaran.<sup>59</sup>

Penetapan harga merupakan suatu masalah ketika perusahaan harus menentukan harga untuk pertama kali. Hal ini terjadi ketika perusahaan mengembangkan atau memperoleh suatu produk baru, ketika ia memperkenalkan produk lamanya ke saluran distribusi baru atau ke daerah geografis baru.<sup>60</sup>

Penetapan harga suatu barang atau jasa oleh perusahaan memberikan pengaruh yang tidak sedikit bagi perusahaan karena :<sup>61</sup>

- 1) Harga merupakan penentu bagi permintaan pasarnya
- 2) Harga dapat mempengaruhi posisi pesaing perusahaan dan mempengaruhi market sharenya.
- 3) Harga akan memberikan hasil maksimal dengan menciptakan sejumlah pendapatan dan keuntungan bersih.
- 4) Harga barang juga dapat mempengaruhi program pemasaran perusahaan.

Kotler dan Keller mengemukakan 6 (enam) tahap dalam menentukan harga<sup>62</sup> :

- 1) Memilih tujuan penetapan harga

Tujuan penetapan harga dapat berupa keinginan untuk tetap survive dalam bisnis, memaksimalkan profit, memaksimalkan market share, memaksimalkan market skimming, ingin menjadi pemimpin sebagai produk yang berkualitas di pasar, atau untuk tujuan lain.

<sup>59</sup> Ibid, 127.

<sup>60</sup> Thamrin Abdullah, Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta : Rajawali Pers, 2013), 171.

<sup>61</sup> Marius P Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, 270.

<sup>62</sup> Marty Oesman Yevis, *Sukses Mengelola Marketing, CRM, Customer Value, dan Customer Dependency*, 26.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### 2) Menentukan permintaan

Setiap tingkat harga akan memberikan dampak yang berbeda terhadap tingkat permintaan. Banyak faktor yang menentukan permintaan yang perlu dipertimbangkan diantaranya adalah sensitivitas terhadap harga.

#### 3) Mengestimasi biaya

Perusahaan ingin menentukan harga yang dapat menutupi biaya produksi, distribusi, dan biaya penjualan lainnya dari produk, namun ketika perusahaan telah menentukan harga produk yang dapat menutupi semua biaya yang telah dikeluarkan belum tentu perusahaan mendapatkan keuntungan.

#### 4) Menganalisa biaya, harga, dan tawaran pesaing

Setelah perusahaan menentukan seluruh biaya yang dikeluarkan, selanjutnya perusahaan akan menentukan apakah harga jual produknya akan sama, di atas atau di bawah pesaing.

#### 5) Memilih harga akhir

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi atau perlu dipertimbangkan dalam penentuan harga di antaranya adalah sebagai berikut :

##### 1) Persaingan

Posisi biaya dan perilaku penentuan harga dari pesaing merupakan unsur penting yang harus diperhatikan. Perusahaan harus mengamati persaingan-persaingan agar dapat menentukan biaya, harga, dan keuntungan perusahaan itu sendiri. Pengetahuan akan biaya yang dimiliki pesaing dapat membantu para manajer di bidang jasa untuk membuat penilaian mengenai harga sehingga dapat diketahui seberapa kompetitifkah jasa yang telah ditawarkan,

##### 2) Sasaran yang ingin dicapai perusahaan

Faktor selanjutnya ialah sasaran yang ingin dicapai perusahaan. Suatu perusahaan harus mengetahui terlebih dahulu

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

apa sasaran yang akan dicapai oleh perusahaan dalam menjalankan perencanaan tujuannya.

#### 3) Struktur biaya

Para pemasar perlu mengetahui biaya dalam menyediakan layanan dan bagaimana biaya-biaya bergerak seiring berjalannya waktu dan tingkat permintaan. Ada dua macam jenis biaya, yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap adalah biaya yang secara umum tidak berubah dengan perubahan yang beralasan dalam volume bisnis. Contoh : sewa, gaji eksekutif, administrative dan asuransi. Sedangkan biaya variabel adalah biaya yang berubah seiring dengan perubahan volume bisnis. Contohnya : bahan baku, tenaga kerja langsung ataupun komisi untuk penjualan.<sup>63</sup>

#### c. Tempat (Place)

Unsur tempat merupakan unsur penting pada penyampaian produk /jasa. Kemudahan dalam mengakses, kenyamanan, melakukan transaksi, kecepatan dan melayani serta ketepatan waktu dalam penyampaian jasa, merupakan unsur penting bagi pelanggan.<sup>64</sup> Dalam persaingan yang ketat, penentuan tempat mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam aktivitas pemasaran. Sebab dengan penentuan tempat yang tepat, proses pemasaran akan sangat berkembang dan pencapaian akan dapat diperoleh.<sup>65</sup>

Di dalam proses distribusi biasanya produsen menggunakan saluran distribusi. Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk sampai ke konsumen. Di dalam penetapan saluran distribusi produsen hendaknya memperhatikan unsur-unsur yang terkait dalam bauran distribusi yang terdiri dari : sistem saluran, daya jangkauan, lokasi, persediaan dan

<sup>63</sup> Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta : Salemba Empat, 2001), 100.

<sup>64</sup> Marty Oesman Yevis, *Sukses Mengelola Marketing, CRM, Customer Value, dan Customer Dependency*, hlm. 27.

<sup>65</sup> Nuriyanto Alarif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung : Alfabeta, 2012),

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

transportasi. Dengan demikian produsen harus mampu memilih, menetapkan dan mengatur secara tepat guna sistem saluran distribusi yang digunakan.<sup>66</sup>

Di samping itu secara berkala dan berkelanjutan, perusahaan perlu melakukan pengawasan untuk mencegah kelebihan tingkat persediaan, penyimpanan produk pada setiap tingkat saluran serta mengatur kegiatan pengangkutan produk secara efisien dan efektif guna menciptakan kegiatan distribusi yang menguntungkan.<sup>67</sup>

Dalam pelaksanaan aktivitas distribusi, perusahaan kerap kali harus bekerja sama dengan berbagai perantara dan saluran distribusi untuk menawarkan produknya ke pasar. Selain itu, untuk meningkatkan proses distribusi ada beberapa perusahaan yang memutuskan untuk membuka kantor cabang di beberapa daerah, dengan pembukaan kantor cabang produsen akan melaksanakan fungsi-fungsi penjualan secara keseluruhan jika tidak menggunakan jasa perantara.

Lokasi dan saluran distribusi untuk menyediakan jasa kepada pasar sasaran adalah dua kunci area keputusan. Keputusan lokasi dan saluran mencakup bagaimana menyampaikan jasa kepada konsumen dan dimana terjadinya.<sup>68</sup>

#### 1) Lokasi

Lokasi yaitu keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana melakukan operasi dan karyawan akan ditempatkan. Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi, yaitu:

##### a) Konsumen mendatangi penyedia jasa (perusahaan)

Apabila kedatangannya seperti ini berarti aspek lokasi menjadi sangat penting. Karena konsumen harus mendapatkan

<sup>66</sup> Ibid, 132.

<sup>67</sup> Hendra Riofita, *Strategi Pemasaran*, 130.

<sup>68</sup> Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, 91-92.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kemudahan akses dan melihat langsung kondisi perusahaan, dengan kata lain harus strategis.

#### b) Penyedia jasa yang mendatangi konsumen

Dalam hal ini, aspek lokasi tidak terlalu penting, Tetapi yang harus diperhatikan penyampaian jasa harus berkualitas.

#### 1) Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu secara langsung

Berarti pemberi jasa dan konsumen tidak berinteraksi secara langsung melainkan menggunakan perantara seperti telepon, computer, atau surat.<sup>69</sup>

#### 2) Saluran Distribusi

Penyampaian jasa juga dapat melalui organisasi maupun orang lain. Dalam penyampaian jasa ada tiga pihak yang terlibat, yaitu : penyedia jasa, perantara, konsumen. Sehubungan dengan distribusi perusahaan harus dapat memilih saluran distribusi yang tepat untuk memperlancar tujuannya. Saluran distribusi yang dapat dipilih, antara lain :

- a) Penjualan langsung
- b) Agen
- c) Waralaba dan pengantar jasa terkontrak

Baik lokasi maupun saluran pemilihannya sangat tergantung pada kriteria pasar dan sifat jasa itu sendiri.<sup>70</sup>

#### d. Promosi (*Promotion*)

Salah satu kebijakan di dalam bauran pemasaran yang tidak kalah pentingnya sebagai usaha untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan secara keseluruhan adalah kebijakan promosi.<sup>71</sup> Promosi merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan utama untuk menginformasikan, membujuk, mempengaruhi, dan mengingatkan, konsumen agar membeli produk yang dihasilkan.

<sup>69</sup> Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta : Salemba Empat, 2001), 75.

<sup>70</sup> Ibid, 74.

<sup>71</sup> Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, Dadi Adrian, *Pemasaran Strategik*, 585.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tujuan kegiatan promosi adalah memberitahukan dan mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keberadaan produk, kemanfaatan, keunggulan, atribut-atribut yang dimiliki, harga, dimana dan cara memperolehnya. Untuk mencapai promosi yang efektif ada 6 tahapan yang perlu dilakukan dalam mengembangkan bauran promosi, antara lain menetapkan tujuan promosi, merancang pesan, memilih saluran komunikasi, menyiapkan anggaran promosi, memilih bauran atau kegiatan yang akan dilakukan untuk promosi.<sup>72</sup>

Promosi jika dilaksanakan dengan baik dapat mempengaruhi konsumen mengenai dimana dan bagaimana konsumen membelanjakan pendapatnya. Promosi dapat membawa keuntungan baik produsen maupun konsumen. Keuntungan bagi konsumen ialah konsumen dapat mengatur pengeluarannya menjadi lebih baik, misalnya konsumen yang membaca iklan, ia dapat membeli barang yang lebih murah. Dengan dipasangnya iklan di surat kabar tersebut bisa terjangkau oleh masyarakat umum. Keuntungan bagi produsen ialah promosi dapat menghindarkan pesaing berdasarkan harga karena konsumen membeli barang tertarik akan mereknya.<sup>73</sup> Elemen-elemen dari bauran promosi di antaranya adalah :

#### 1) Periklanan (*Advertising*)

Periklanan adalah semua bentuk terbayar atas presentasi nonpribadi dan promosi ide, barang atau jasa oleh sponsor yang jelas. Iklan bisa menjadi cara yang efektif dari segi biaya untuk mendistribusikan pesan, baik dengan tujuan membangun preferensi merek atau barang. Bahkan dalam lingkungan media yang penuh tantangan saat ini, iklan yang baik akan menghasilkan hasil yang memuaskan.<sup>74</sup>

<sup>72</sup> Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010), 134.

<sup>73</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung : Alfabeta, 2014), 181.

<sup>74</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*, (Jakarta : Penerbit Erlangga, 2008), 202.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Iklan merupakan salah satu bentuk promosi yang paling dikenal dan paling banyak dibahas orang, hal ini kemungkinan karena daya jangkauannya yang luas. Iklan juga menjadi instrument promosi yang sangat penting, khususnya bagi perusahaan yang memproduksi barang atau jasa yang ditunjukkan kepada masyarakat luas. Salah satu alasan perusahaan memilih iklan di media massa karena iklan di media massa dinilai efisien dari segi biaya untuk mencapai audiensi dalam jumlah besar. Keuntungan lain dari iklan melalui media massa adalah kemampuannya menarik perhatian konsumen terhadap produk yang iklannya populer atau sangat dikenal masyarakat.<sup>75</sup>

2) Penjualan Personal (*Personal Selling*)

Personal selling atau penjualan pribadi merupakan komunikasi persuasif seseorang secara individual kepada seseorang atau lebih calon pembeli dengan maksud menimbulkan permintaan (penjualan). Lain halnya dengan periklanan dan kegiatan promosi lainnya yang komunikasinya bersifat non pribadi atau masal. Dalam operasinya, personal selling lebih fleksibel dibandingkan dengan yang lain. Ini disebabkan karena tenaga-tenaga penjual tersebut dapat secara langsung mengetahui keinginan, motif dan perilaku konsumen, dan sekaligus dapat melihat reaksi konsumen sehingga mereka langsung dapat mendapat penyesuaian seperlunya.<sup>76</sup>

Penjualan personal memungkinkan pihak penjual menyesuaikan pesan berdasarkan kebutuhan khusus atau situasi khusus calon pembeli. Penjualan personal juga memungkinkan terjadinya umpan balik secara langsung dan lebih tepat karena dampak presentasi penjualan yang dilakukan dapat dinilai dari reaksi calon pembeli atau pelanggan.<sup>77</sup>

<sup>75</sup> Frank Jefkins, *Periklanan* (Jakarta : PT Gelora Aksara Pratama, 1997), 2.

<sup>76</sup> Mursid, *Manajemen Pemasaran*, 99.

<sup>77</sup> Morissan, *Periklanan*, 34.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bentuk-bentuk yang digunakan dalam personal selling ada bermacam-macam, yaitu:

a) *House to house selling*

Salesman yang mengunjungi pembeli dari rumah ke rumah

b) *Across the counter selling*

Biasanya pada toko-toko pengencer, di mana salesman melayani calon pembeli yang datang.

c) *Salemsman* yang bekerja pada suatu pabrik yang bertugas menghubungi pabrik lain, pedang besar atau pedagang enceran.

d) Pimpinan perusahaan yang mengunjungi para pelanggan yang penting untuk melakukan penjualan. Hal ini sering terjadi pada pedang industry dalam jumlah besar.

3) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Menurut William J. Stanton *sales promotion* atau *promise* penjualan adalah kegiatan-kegiatan di luar penjualan perseorangan, periklanan dan publisitas yang menstimulasi pembelian oleh konsumen dan keefektifan dealer, misalnya pameran, pertunjukan, demonstrasi serta berbagai kegiatan penjualan luar biasa yang bukan kerja rutin biasa.<sup>78</sup>

Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Kegiatan penjualan yang bersifat jangka pendek dan tidak dilakukan secara berulang serta tidak rutin yang ditunjukkan untuk mendorong lebih kuat mempercepat respon pasar yang ditargetkan sebagai alat lainnya dengan menggunakan bentuk yang berbeda. Karena waktunya singkat dan agar nasabah tertarik untuk membeli, maka perlu dibuatkan promosi penjualan yang semenarik mungkin. Promosi

---

<sup>78</sup> Ibid, 368.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penjualan dapat dilakukan melalui pemberian diskon, kontes, kupon, atau sampel produk.<sup>79</sup>

Tujuan lain digunakan sales promotion ialah :<sup>80</sup>

- a) Menarik para pembeli
  - b) Memberi hadiah/penghargaan kepada konsumen-konsumen/langganan lama.
  - c) Meningkatkan daya pembeli ulang dari konsumen lama.
  - d) Menghindarkan konsumen lari ke merek lain.
  - e) Mempopulerkan merek/meningkatkan loyalitas.
- 4) Publisitas (*Publicity*)

Promosi yang terakhir adalah publisitas. Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, pembukaan stand promosi di pusat perbelanjaan, sponsorship kegiatan, mendukung atau berperan serta dalam kegiatan amal seperti penggalangan dana untuk para korban bencana alam, serta kegiatan lainnya.<sup>81</sup>

Menurut Basu Swastha, publisitas adalah sejumlah informasi tentang seseorang, barang, atau organisasi yang disebarluaskan ke masyarakat melalui media tanpa dipungut biaya, atau tanpa pengawas dari sponsor.<sup>82</sup>

Selanjutnya kegiatan promosi juga dapat dilaksanakan dengan menggunakan media penunjang yang dipandang cocok dengan tujuan perusahaan, antara lain pemasangan spanduk atau baliho ditempat yang strategis, pencetakan brosur, menggunakan media sosial, radio, televisi, Koran dan majalah. Pemilihan beberapa media tersebut harus dilakukan dengan beberapa pertimbangan yang sesuai dengan tujuan perusahaan.<sup>83</sup>

<sup>79</sup> Nurianto Alarif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, 180.

<sup>80</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, 188.

<sup>81</sup> Nurianto Alarif Opcit, 185.

<sup>82</sup> Marius P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, 372.

<sup>83</sup> Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran*, 173.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Selain 4 variabel di atas, dalam pemasaran jasa terdapat 3 variabel tambahan dalam bauran pemasaran, yang biasanya dikenal dengan 7P dalam bauran pemasaran jasa, antara lain :

#### a. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Bukti fisik merupakan lingkungan di mana jasa disampaikan dan perusahaan serta berinteraksi, dan komponen-komponen yang berwujud apapun yang menunjukkan kinerja dari fasilitas atau komunikasi jasa. Bukti fisik dari setiap bisnis jasa akan berlainan. Dalam jasa property, bukti fisik dari ruang toko yang ditawarkan meliputi konfigurasi. Sisi muka toko adalah yang pertama kali dilihat oleh pengunjung dan mempengaruhi keputusan belanja mereka, oleh karenanya papan nama dan display merupakan suatu unsur penting untuk menciptakan kesan positif. Jalur atau koridor pengunjung, kamar kecil, ruang menyusui, tempat beribadah, tempat parkir, escalator, elevator, travelator, konter layanan pengunjung dan sebagainya merupakan komponen bukti fisik yang perlu diperhatikan oleh perusahaan jasa sewa pada pusat belanja.<sup>84</sup>

Bukti fisik adalah lingkungan fisik perusahaan tempat jasa diciptakan. Bukti fisik yang disediakan akan menunjukkan kualitas jasa perusahaan sehingga perusahaan perlu mengelola bukti fisik ini dengan hati-hati karena dapat mempengaruhi kesan pelanggan terhadap perusahaan. Bukti fisik dalam bisnis jasa dibagi menjadi dua jenis yaitu<sup>85</sup> :

- 1) *Essential Evidence* yaitu keputusan-keputusan yang dibuat penyedia jasa, misalnya tentang desain dan layout bangunan, fasilitas, tipe pesawat penerbangan, dan suasana ruang tunggu dan sebagainya.
- 2) *Peripheral Evidence* yaitu nilai tambah yang bila berdiri sendiri tidak berarti apa-apa. Jadi berfungsi sebagai pelengkap, namun

<sup>84</sup> Yevis Marty Oesman, *Sukses Mengelola Marketing, CRM, Customer Value, dan Customer Dependency*, 30.

<sup>85</sup> Ririn Ratnasari, Mastuti, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Bogor : Ghalia Indonesia, 2016), 39.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

peranannya penting dalam proses produksi jasa contoh : tiket pesawat.

#### b. Orang ( *People* )

People adalah semua orang yang berperan dalam menyampaikan jasa dan mempengaruhi persepsi pembeli, yaitu personel perusahaan, pelanggan dan pelanggan lain pada lingkungan jasa. Dalam bisnis property yang termasuk dalam unsur ini adalah : cara berpakaian, perilaku, sikap dan penampilan dari karyawan akan mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan. Pelanggan juga dapat mempengaruhi jasa yang mereka terima dan juga dapat mempengaruhi pelanggan yang lain.<sup>86</sup>

People yang berfungsi sebagai service provider sangat mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan. Keputusan dalam people untuk mencapai kualitas berhubungan dengan seleksi, training, memotivasi, dan manajemen sumber daya manusia. Pentingnya people dalam memberikan pelayanan berkualitas berkaitan dengan internal marketing. Internal marketing adalah interaksi setiap karyawan dan tiap departemen dalam suatu perusahaan. Ada 4 kriteria aspek people yang mempengaruhi pelanggan yaitu <sup>87</sup>:

- 1) Contactors, people di sini :
  - a) Berinteraksi langsung dengan pelanggan dalam frekuensi yang cukup sering
  - b) Sangat mempengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli
- 2) Modifier
  - a) Mereka cukup sering bertemu dengan pelanggan
  - b) Tetapi tidak secara langsung mempengaruhi pelanggan, misalnya resepsionis.
- 3) Influences
  - a) Mereka ini tidak secara langsung kontak dengan pelanggan

<sup>86</sup> Yevis Marty Oesman, *Sukses Mengelola Marketing, CRM, Customer Value, dan Customer Dependency*, 31.

<sup>87</sup> Ririn Ratnasari , Mastuti, *Manajemen Pemasaran Jasa*, 41.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b) Tetapi mempengaruhi konsumen dalam keputusan untuk membeli, misalnya tim kreatif pembuatan iklan.
  - 4) Isolateds People
    - a) Tidak sering bertemu dengan pelanggan
    - b) Tidak secara langsung ikut serta dalam marketing mix. Misalnya karyawan bagian administrasi penjualan.

Setiap perusahaan pasti membutuhkan karyawan yang berkompetensi dan berkualitas. Ada banyak cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk melakukan seleksi karyawan demi mendapatkan sumber daya manusia yang kompetensi tinggi di antaranya :<sup>88</sup>

a) Open Recruitment

Open recruitment merupakan kegiatan rekrutmen besar-besaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan karyawan yang berkualitas. Kegiatan ini dimaksudkan agar semua orang dari berbagai latar belakang pendidikan dan juga pengalaman bisa masuk mendaftar. Sehingga perusahaan bisa menyeleksi semua orang yang mendaftar, kemudian hanya mengambil orang-orang yang berkualitas, untuk diangkat menjadi karyawan.

b) Rekomendasi Karyawan Lama

Pemberian rekomendasi dari karyawan lama dapat menjadi salah satu cara menyeleksi karyawan berkualitas yang ditempatkan di beberapa bagian atau tempat kosong di perusahaan.

c) Bekerja sama dengan perguruan tinggi

Bekerja sama dengan perguruan tinggi dapat menjadi salah satu cara untuk menyeleksi karyawan baru dari kalangan fresh graduate. Sehingga memungkinkan perusahaan untuk

<sup>88</sup> Iwan Giwangkara, *Cara Mudah Berbisnis Travel Umrah dan Haji Khusus*, 216-220.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mendapatkan karyawan baru yang belum terkontaminasi dengan berbagai macam hal di dunia kerja.

Setiap perusahaan mempunyai prosedur yang berbeda dalam rekrutmen karyawan, walaupun pada intinya untuk mendapatkan calon karyawan yang berkualitas. Berikut ini prosedur dalam rekrutmen karyawan yaitu : penyaringan pelamar, wawancara, evaluasi latar belakang, tes psikologi, pemeriksaan kesehatan, dan persetujuan atasan langsung.<sup>89</sup>

Setelah melakukan proses seleksi karyawan, karyawan perlu dilakukannya pembinaan, selain itu juga dikembangkan. Pengembangan dilakukan dengan tujuan agar karyawan mempunyai skill dan keterampilan dalam menjalankan tugasnya. Kegiatan ini sangat penting bagi perusahaan untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman dan semakin rumitnya tugas-tugas pekerjaan. Selain pembinaan, didalam pekerjaan perusahaan juga harus meningkatkan kualitas kinerja karyawan. Salah satu cara dalam meningkatkan kualitas kinerja karyawan ialah dengan memberikan motivasi.

Motivasi adalah kekuatan yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan. Motivasi kerja adalah sesuatu yang menimbulkan dorongan atau semangat kerja atau pendorong semangat kerja.<sup>90</sup> Berikut ini macam-macam motivasi yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada karyawan :

- a) Penempatan yang tepat
- b) Pekerjaan yang terjamin
- c) Kondisi pekerjaan yang menyenangkan
- d) Fasilitas rekreasi
- e) Perumahan
- f) Pejaga kesehatan

<sup>89</sup> Komang Ardana, DKK, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2012), 73.

<sup>90</sup> Ibid, 193.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### c. Proses (*Process*)

Proses adalah prosedur nyata, mekanisme, dan arus aktivitas penyampaian jasa. Proses merupakan cara dan tahapan dari aktivitas pada kinerja jasa. Desain proses yang kurang baik sering menimbulkan kelambatan, birokratis dan penyampaian jasa yang tidak efektif, dan mengakibatkan pelanggan tidak puas. Proses yang rumit membuat staf di garis depan sulit mengerjakan tugasnya dengan baik, sehingga produktivitas menjadi rendah dan kemungkinan kegagalan jasa akan meningkat. Sehingga perlu dilakukan upaya untuk memperbaiki kehandalan dari proses jasa pada titik terjadinya kegagalan tersebut.<sup>91</sup> Proses merupakan gabungan semua aktivitas, umumnya terdiri atas prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, dan hal-hal rutin sampai jasa dihasilkan dan disampaikan kepada pelanggan.<sup>92</sup>

#### 4. Paket Umrah

Paket perjalanan umrah adalah suatu rencana acara perjalanan umrah yang telah tersusun secara tetap, dengan harga tertentu di dalamnya termasuk biaya angkutan, penginapan, perjalanan umrah, dan lain sebagainya. Tiap-tiap unsur jasa dalam suatu paket umrah harus memberi pelayanan yang baik bagi jamaah haji ataupun umrah, sebab bila salah satu urusan pelayanan kurang baik sedangkan unsur-unsur yang lain bagus, maka secara keseluruhan pelayanan jasa secara paket tersebut dikatakan kurang baik.<sup>93</sup>

Paket perjalanan umrah juga dapat diartikan sebagai suatu perjalanan umrah dengan beberapa tujuan kunjungan yang disusun dari berbagai fasilitas perjalanan tertentu dalam suatu acara perjalanan yang tetap, serta dijual sebagai harga tunggal yang menyangkut seluruh komponen dari perjalanan umrah. Calon jamaah umrah diberikan kebebasan untuk memilih fasilitas dan menentukan paket yang dipilihnya.<sup>94</sup>

<sup>91</sup> Yevis Marty Oesman, *Sukses Mengelola Marketing, CRM, Customer Value, dan Customer Dependency*, 32

<sup>92</sup> Ririn Ratnasari, Mastuti, *Manajemen Pemasaran Jasa*, 42.

<sup>93</sup> Muljadi A.J. *Kepariwisata dan Perhalanan*, 47.

<sup>94</sup> Gusti Bagus Utama, *Pemasaran Pariwisata* (CV Andi Offset : Yogyakarta, 2017), hlm.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ada delapan macam unsur pokok yang membentuk produk, sehingga merupakan suatu paket, yaitu<sup>95</sup> :

- a. Jasa travel agent atau biro perjalanan, yang memberikan informasi, advis, pengurusan dokumen perjalanan, serta perencanaan perjalanan.
- b. Jasa perusahaan angkutan (darat, laut dan udara) yang akan membawa jamaah ke daerah tujuan.
- c. Jasa penyediaan akomodasi
- d. Jasa makanan dan minuman
- e. Penyelenggaraan hiburan dan rekreasi
- f. Daya tarik wisata yang terdapat di daerah tujuan
- g. Jasa-jasa souvenir shop
- h. Jasa perusahaan pendukung, seperti ATM, money changers, dan lain

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

**Tabel 2.1**  
**Kajian Teori**

No	Teori	Variabel	Indikator	Sub Indikator
1.	Strategi Bauran Pemasaran	Pemasaran	1. Strategi Produk ( <i>Produk</i> )	1. Macam-macam produk 2. Pertimbangan pembentukan produk 3. Tahapan pembuatan produk
			2. Strategi Harga ( <i>Price</i> )	1. Penetapan Harga 2. Tahapan pembuatan harga
			3. Strategi Tempat ( <i>Place</i> )	1. Kegiatan distribusi 2. Macam saluran distribusi
			4. Strategi Promosi ( <i>Promotion</i> )	1. Kegiatan promosi 2. Sarana promosi
			5. Strategi Bukti Fisik ( <i>Physical Evidence</i> )	1. Macam bukti fisik 2. Unsur bukti fisik
			6. Strategi Orang ( <i>People</i> )	1. Rekrutmen 2. Motivasi
			7. Strategi Proses ( <i>Process</i> )	1. Proses penyampaian jasa

<sup>95</sup> Muljadi, Op.Cit., 50.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### B. Kajian Terdahulu

Dalam kegiatan penelitian biasanya bertitik tolak pada ilmu pengetahuan yang sudah ada, pada umumnya semua peneliti akan memulai penelitiannya dengan cara menggali dari apa yang telah diteliti oleh para pakar peneliti sebelumnya. Pemanfaatan terhadap apa yang telah dikemukakan dan ditemukan oleh peneliti dapat dilakukan dengan mempelajari, mencermati, mendalami dan menggali kembali serta mengidentifikasi hal-hal yang sudah ada maupun yang belum ada. Untuk mengetahui hal-hal yang ada maupun yang belum ada. Untuk mengetahui hal-hal yang ada dan belum ada, dapat melalui laporan hasil penelitian dalam bentuk jurnal ataupun karya-karya ilmiah.

Pertama, Skripsi milik Sella Oktavia Dima, yang berjudul “*Implmentasi Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pada Penjualan Produk Umroh dan Haji Plus (Studi Kasus PT.Arminareka Perdana Cabang Semarang)*”, Semarang (2015). Skripsi ini membahas tentang strategi pemasaran yang diterapkan menggunakan bauran pemasaran pada PT. Arminareka Perdana, yang menggunakan metode penelitian kualitatif.<sup>96</sup> Berbeda dari penelitian yang dilakukan oleh Sella Oktavia Dima tersebut, yang membahas tentang pemasaran produk haji dan umroh, penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran yang berfokus pada perusahaan penyedia layanan jasa perjalanan khususnya jasa perjalanan yang berbentuk paket umroh. Selain itu objek dan lokasi penelitiannya juga berbeda. Sedangkan persamaan keduanya adalah sama-sama membahas mengenai bauran pemasaran suatu perusahaan perjalanan.

Skripsi milik Aceng Ahmad Fahluroji, yang berjudul “*Strategi Pemasaran Program Umroh dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jamaah Pada SEQ Tour dan Travel 165*” Jakarta, 2015. Skripsi ini membahas tentang strategi pemasaran pada perusahaan secara umum dan membandingkan apakah procedural pemasaran ESQ Tours and Travel mengikuti teori, atau

---

<sup>96</sup> Sella Oktavia Dima, “*Implmentasi Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pada Penjualan Produk Umroh dan Haji Plus (Studi Kasus PT.Arminareka Perdana Cabang Semarang)*” (Skripsi-Manajemen Haji dan Umrah Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2015), 133.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memiliki strategi marketing tersendiri dan juga menjelaskan mengenai perkembangan jumlah jamaah umroh, penelitiannya menggunakan metode penelitian kualitatif.<sup>97</sup> Berbeda dari penelitian yang dilakukan oleh Aceng ahmad Fahluroji tersebut, penelitian ini mengambil sasaran pada strategi bauran pemasarannya di PT Al-Azhar Islamic Tour, dan menjelaskan mengenai strategi bauran pemasaran yang digunakan oleh PT Al-Azhar Islamic Tour dalam memasarkan paket umrahnya. Persamaan keduanya ialah sama-sama membahas mengenai strategi pemasaran travel umrah.

Skripsi milik Adillah Haqi, “*Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Pada PT. Arbani Madinah Wisata Dalam Perspektif Ekonomi Islam*” Semarang, 2017. Skripsi ini membahas tentang bagaimana strategi bauran pemasaran diterapkan di PT.Arbani Madinah Wisata melalui etika islam. Dan memelihara nilai-nilai ekonomi islam menggunakan strategi yang handal juga tidak menyalahi kaidah-kaidah ekonomi islam.<sup>98</sup> Berbeda dari penelitian yang dilakukan Adillah Haqi, selain dari segi objek yang berbeda, penelitian ini tidak menggunakan kaidah-kaidah ekonomi islam, tetapi juga tidak melanggar kaidah kaidah ekonomi islam. Penelitian ini menggunakan teori marketing mix jasa yang meliputi variabel antara lain : *product, price, place, promotion, physical evidence dan process*. Sedangkan persamannya ialah sama-sama membahas mengenai strategi pemasaran suatu perusahaan perjalanan.

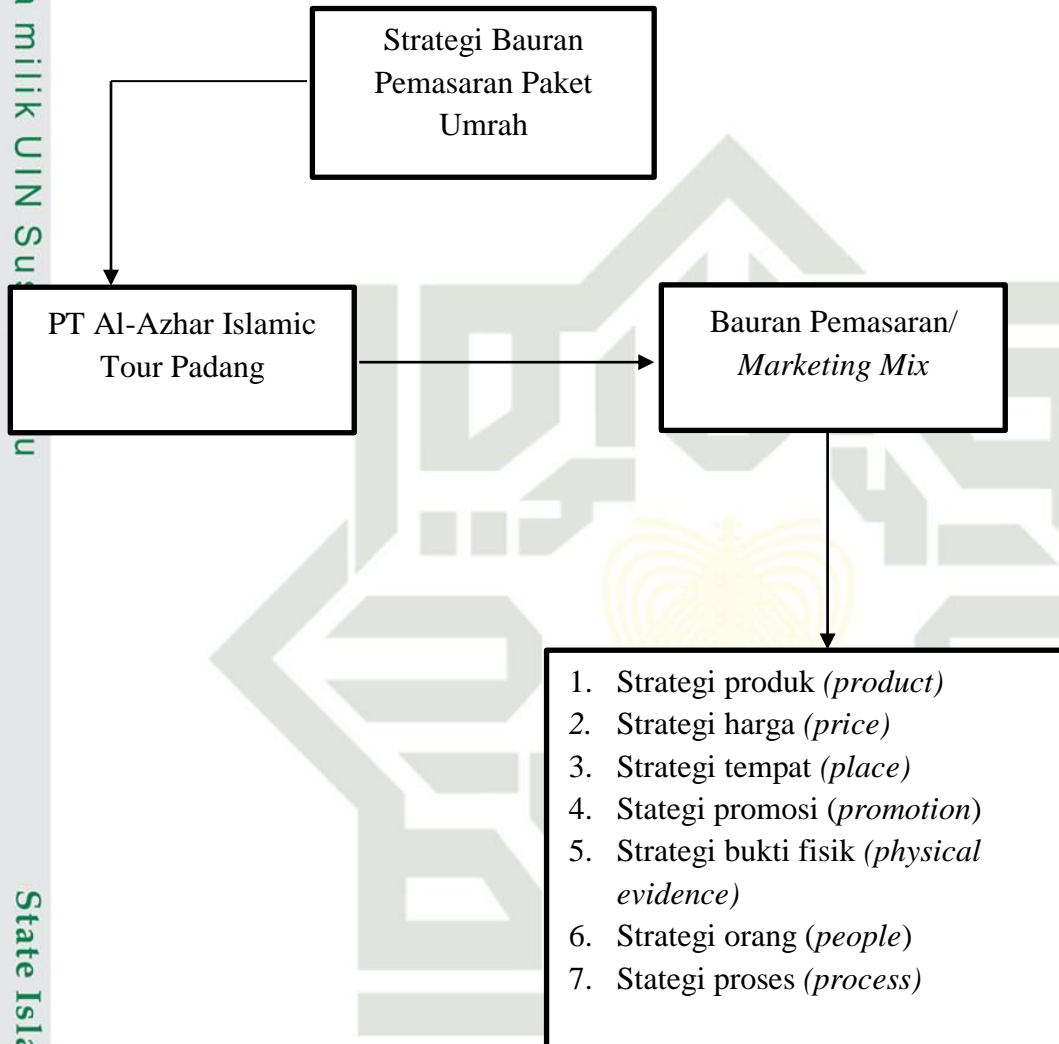
#### Kerangka Berpikir

Kerangka berfikir merupakan kerangka penalaran logis, urutan berfikir logis sebagai suatu ciri dari cara berfikir ilmiah yang digunakan dan cara menggunakan logika tersebut dalam memecahkan masalah. Dasar penelitian ini adalah adanya kerangka konseptual yang menjelaskan strategi bauran pemasaran paket umrah PT Al-Azhar Islamic Tour Padang. Untuk lebih

<sup>97</sup> Aceng Ahmad Fahluroji, “Strategi Pemasaran Program Umroh Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jamaah Pada ESQ Tours And Travels 165n (Skripsi-Manajemen Haji dan Umrah Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, Maret 2015), 8.

<sup>98</sup> Adillah Haqi, “*Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Pada PT. Arbani Madinah Wisata Dalam Perspektif Ekonomi Islam*” (Skripsi-Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Jember, Jember, Juli 2017), 12.

jelasnya kerangka berfikir ini jika dijabarkan dalam bentuk bagan, maka akan tampak seperti dibawah ini :



**Gambar 3.1.**  
**Skema Kerangka Pemikiran Penelitian**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan deskriptif, dengan menjelaskan fenomena yang terjadi di lapangan dengan data yang didapat dan kemudian data tersebut dianalisis untuk memperoleh kesimpulan. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan satu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang. Penelitian ini memusatkan perhatian terhadap masalah actual sebagaimana adanya saat penelitian berlangsung.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini bertempat di PT Al-Azhar Islamic Tour Padang. Jl Sawahan No 55, Sawahan, Kecamatan Padang Timur, Kota Padang. Padang 25121.

##### **2. Waktu Penelitian**

Penelitian dilakukan pada tanggal 20 Desember 2019 - 8 Januari 2020

#### **C. Sumber Data Penelitian**

Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sumber data primer, yaitu data penulis yang diperoleh langsung dari hasil wawancara dengan pimpinan dan beberapa karyawan PT Al-Azhar Islamic Tour Padang.
2. Data Sekunder, yaitu data pendukung yang diperoleh dari dokumen-dokumen, buku-buku, serta hasil-hasil penelitian lainnya yang berkenaan dengan penelitian antara lain lokasi penelitian antar lain lokasi penelitian data sekunder lain yang dianggap perlu dan berguna bagi penelitian ini.

#### **D. Informan Penelitian**

Informan penelitian adalah subjek yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan informan penelitian sebanyak 6 orang, diantaranya Direktur Al-Azhar Islamic Tour Padang Bapak Yonhadi Ramon, Komisaris Bapak Abdussalam, Marketing Bapak Taufik, Desan Grafis Bapak Budi Hermanto, Accounting Ibu Depi Sartika, dan Adminitrasi, Ibu Aulia Rahma Yana.

#### Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan studi lapangan (*field reseach*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara turun langsung ke tempat penelitian, yang meliputi:

##### 1. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data dengan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang diselidiki. Observasi juga merupakan pengamatan yang dilakukan secara sengaja dan sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan.<sup>99</sup>

Metode ini penulis gunakan untuk memperoleh data tentang Strategi bauran pemasaran paket umrah di PT Al-Azhar Islamic Tour Padang. Adapun jenis observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi langsung dan tidak langsung.

##### 2. Wawancara

Wawancara adalah sebuah percakapan langsung antara peneliti dan *informan*, dalam proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab. Proses wawancara dilakukan untuk mendapatkan data dari informan tentang strategi bauran pemasaran paket umrah di PT Al-Azhar Islamic Tour Padang.<sup>100</sup>

Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik wawancara terstruktur. Maksudnya, proses wawancara dilakukan secara terencana. Dalam hal ini, peneliti terlebih dahulu menyiapkan interview guide sebagai panduan dalam mewawancarai

<sup>99</sup> Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori & Praktik* (Jakarta : Rineka, 2011), 63.

<sup>100</sup> Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian* (Jakarta : Kencana, 2011), 139.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

informan untuk mendapatkan informasi tentang bagaimana strategi bauran pemasaran paket umrah di PT Al-Azhar Islamic Tour Padang.

#### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik yang dilakukan oleh penulis dengan memanfaatkan dokumen-dokumen tertulis, gambar, foto maupun benda-benda lainnya yang berkaitan dengan aspek yang diteliti.<sup>101</sup> Dokumentasi juga dapat diartikan sebagai kegiatan mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya.

Teknik ini penulis lakukan dengan cara mengumpulkan data atau informasi secara tertulis melalui dokumen-dokumen, foto-foto dari kegiatan yang dilakukan PT Al-Azhar Islamic Tour dalam menerapkan strategi bauran pemasaran paket umrah.

#### F. Validitas Data

Dalam penelitian kualitatif, sumber utama adalah manusia, karena itu yang diperiksa adalah keabsahan datanya.<sup>102</sup> Untuk mengukur dan menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini valid, maka dilakukan uji kebenaran dan kejujuran data yang diperoleh dari informan penelitian dalam mengungkap realitas menurut apa yang dilakukan, dirasakan atau dibayangkan yang dikenal dengan trustworthiness.

Salah satu cara paling penting dan mudah dalam uji keabsahan penelitian adalah dengan melakukan triangulasi. Triangulasi dapat memanfaatkan peneliti, sumber data, metode dan teori.<sup>103</sup> Dalam penelitian ini, untuk menguji keabsahan hasil penelitian menggunakan triangulasi metode. Triangulasi ini dilakukan untuk pengecekan terhadap metode pengumpulan data, apakah informasi yang didapat dengan metode interview

<sup>101</sup> Widodo, *Cerdik Menyusun Proposal Penelitian* (Jakarta : Yayasan Kelopak-Magna Script, 2005), 51.

<sup>102</sup> Nusa Putra, Ninin Dwilestari, *Penelitian Kualitatif: “ Pendidikan Anak Usia Dini”*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), 87.

<sup>103</sup> Burham Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta:Kencana,2010), 256.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sama dengan metode observasi, atau apakah hasil observasi sesuai dengan informasi yang diberikan ketika di interview. Begitu pula teknik ini dilakukan untuk menguji sumber data, apakah sumber data ketika di interview dan diobservasi akan memberikan informasi yang sama atau berbeda. Apabila berbeda maka peneliti harus dapat menjelaskan perbedaan itu, tujuannya adalah untuk mencari kesamaan data dengan metode yang berbeda.<sup>104</sup>

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi dalam mengumpulkan data hasil penelitian, maka hasil dari teknik-teknik tersebut yang akan diuji untuk mendapatkan keabsahan hasil penelitian. Apakah informasi dari hasil wawancara sama dengan observasi, dan juga dokumentasi.

#### G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.<sup>105</sup> Teknik analisis data bertujuan untuk menganalisa data yang telah terkumpul dalam penelitian ini. Setelah data dari lapangan terkumpul dan disusun secara sistematis, maka langkah selanjutnya penulis akan menganalisa data tersebut.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif. Teknik analisis data deskriptif kualitatif yaitu data analisa dengan menggambarkan atau memaparkan fenomena-fenomena dengan kata-kata atau kalimat kemudian data tersebut dianalisis dan memperoleh kesimpulan.

Milea dan Huberman mengemukakan tiga tahapan yang harus dikerjakan dalam menganalisis data penelitian kualitatif, yaitu :<sup>106</sup>

<sup>104</sup> Ibid, 257.

<sup>105</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung : Alfabeta, 2014), hlm. 88.

<sup>106</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik* ( Jakarta : PT Bumi Aksara, 2013), hlm. 210-212.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan kegiatan merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting. Dan mencari tema serta polanya. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang dipandang asing, tidak dikenal, dan belum memiliki pola, maka hal itulah yang dijadikan perhatian karena penelitian kualitatif bertujuan mencari pola dan makna yang tersembunyi dibalik pola dan data yang tampak.

2. Paparan Data

Pemaparan data sebagai sekumpulan informasi tersusun, dan memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data digunakan untuk lebih meningkatkan pemahaman kasus dan sebagai acuan mengambil tindakan berdasarkan pemahaman dan analisis sajian data.

3. Verifikasi atau Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan hasil penelitian yang menjawab fokus penelitian berdasarkan hasil analisis data. Simpulan disajikan dalam bentuk deskriptif objek penelitian dengan berpedoman pada kajian penelitian.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

#### A Sejarah Al-Azhar Islamic Tour

Al-Azhar Islamic tour didirikan sebagai bentuk tanggung jawab dan keilmuan para Alumni Al-Azhar terhadap bangsa Indonesia secara umum dan Minangkabau secara khusus, yaitu dalam memperkokoh akidah dan meluruskan ibadah umat, yang salah satunya adalah bimbingan manasik Haji dan Umrah yang sesuai dengan tuntunan Rasulullah.<sup>107</sup>

Berkat kesatuan dan kesamaan visi dan misi oleh para alumni, ditambah dengan kepercayaan dan dukungan dari masyarakat membuat perusahaan ini melangkah lebih cepat. Tercatat telah berulang kali Al-Azhar Islamic Tour memberangkatkan jama'ah umrah walau usianya baru beberapa tahun saja. Di sisi lain, dengan bertambahnya jumlah jamaah dari waktu ke waktu membuat Al-Azhar Islamic Tour semakin termotivasi dalam mengurus dan membimbing jamaah dengan pelayanan yang prima, baik dan amanah.

Perusahaan ini didirikan oleh beberapa Alumni Al-Azhar, Ust H. Abdussalam, Lc, Ust. H. Yon hadi Ramon, Lc dan Ust. H. Deri Oktaviandi, Lc, dan Buya H. Ilham Tasmi, Lc, MA. Sedangkan untuk tim pembimbing adalah para alumni Al-Azhar Mesir, yang bukan saja berpengalaman, tapi juga punya pemahaman yang baik tentang ibadah Haji dan Umrah, selain itu mereka juga menguasai bahasa Arab dengan baik serta dialeg setiap negara Arab.<sup>108</sup>

Al-Azhar didukung oleh para pembimbing yang masih muda dan berpengalaman dengan latar belakang pendidikan ilmu syar'i di Universitas Al-Azhar. Pembimbing juga berusaha untuk membimbing para jamaah umroh dengan melakukan perenungan, menghidupkan jiwa dan mensucikan pikiran serta mengambil ibrah dan pelajaran yang mendalam selama di tanah suci, sehingga kegiatan ibadah lebih bermakna dan membawa perubahan hidup.

<sup>107</sup> Dokumentasi Al-Azhar Islamic Tour Padang, Sabtu tanggal 28 Desember 2019

<sup>108</sup> Dokumentasi Al-Azhar Islamic Tour Padang, Sabtu tanggal 28 Desember 2019

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Al-Azhar Islamic Tour adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang ibadah Umrah dan Haji Khusus yang pertama kali didirikan berpusat di Sumatra Barat, Jl. Sawahan No. 55 Kecamatan Padang Timur, Kota Padang Tahun 2015. Yang menjadi pembeda dengan perusahaan lainnya bahwa Al-Azhar Islamic Tour memberikan harga yang terjangkau juga memberikan fasilitas yang nyaman bagi jamaah dan pelayanan yang amanah dan umrah yang berkualitas sesuai sunnah. Sejak awal berdirinya Al-Azhar Islamic Tour sudah berkomitmen dengan motonya sendiri yaitu umrah berkualitas sesuai sunnah. Kenapa harus sesuai sunnah, karena Rasulullah bersabda sholatlah seperti aku sholat dan berumrahlah dan berhajilah seperti aku lakukan.<sup>109</sup>

Al-Azhar Islamic Tour secara resmi mempunyai izin keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor AHU 0010382.AH.01. Tahun 2015. TDUP No. 0054/TDUP/BPMP2T/IV/2015. Dan izin umrah (PPIU) SK Dirjen Haji dan Umrah D/549. Izin tersebut dibuat agar perusahaan bisa menjadi fasilitator jamaah mulai dari penanganan administrasi, transportasi, akomodasi selama di tanah air maupun di tanah suci.

#### Visi dan Misi PT Al-Azhar Islamic Tour

Dalam hal pencapaian suatu tujuan di perlukan suatu perencanaan dan tindakan nyata untuk dapat mewujudkannya, di mana visi dan misi perusahaan Al-Azhar Islamic Tour adalah sebagai berikut:<sup>110</sup>

1. Visi
 

Menghadirkan Umrah berkualitas sesuai dengan sunnah
2. Misi
  - a. Memberikan pencerahan hidup dan bimbingan
  - b. Memberikan kemudahan dan pelayanan terbaik dalam melaksanakan ibadah ke tanah suci.

<sup>109</sup> Dokumentasi Al-Azhar Islamic Tour Padang, Sabtu tanggal 28 Desember 2019

<sup>110</sup> Dokumentasi Al-Azhar Islamic Tour Padang, Sabtu tanggal 28 Desember 2019



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Memberikan bimbingan islam yang berkelanjutan sebelum dan sesudah ibadah haji dan umrah
- d. Menghadirkan ibadah ibadah yang berkualitas dengan harga yang terjangkau
- e. Membimbing, melayani dan mengurus jamaah sepenuh hati
- f. Menyediakan paket umrah yang kreatif dan inovatif
- g. Mengalokasikan sebagian keuntungan untuk kegiatan keagamaan, bantuan kepada masyarakat kurang mampu, dan pembinaan tahfizh

#### Perlengkapan Umrah

Setiap Jamaah yang sudah menyerahkan dp umrah akan mendapatkan :<sup>111</sup>

1. Seragam batik
2. Koper bag
3. Tas tenteng
4. Tas jinjing
5. Tas paspor
6. Jilbab untuk wanita
7. Kain ihram untuk laki-laki
8. Mukena untuk wanita
9. Buku panduan
10. Bantal leher
11. Ikat pinggang ihram untuk laki-laki
12. Syall

#### Fasilitas Yang Didapat Jamah

1. Tiket Pesawat PP
2. Hotel di Mekah dan Madinah
3. Makanan menu Indonesia
4. Transportasi bus AC
5. City tout Malaysia, Mekah, Madinah

<sup>111</sup> Brosur Al-Azhar Islamic Tour Padang

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. Muthawwaif berpengalaman
7. Ustadz pembimbing yang aktif berbahasa Arab
8. Air Zam-Zam
9. Perlengkapan Haji Umrah

#### Alur Pendaftaran Umrah

1. Registrasi
  - a. Pendaftaran
  - b. Penyerahan DP
  - c. Penyerahan logistic awal
2. Manasik Teori
  - a. Ta'lim mingguan
3. Pelunasan
  - a. Penyerahan logistic akhira
4. Pembinaan Alumni
  - a. Kegiatan bulanan
5. Umrah
6. Manasik Praktek

#### Persyaratan Umrah

1. Mengisi formulir pendaftaran
2. Paspor dengan tiga suku kata, Ex : Merry Fitri Yelly
3. Buku Vaksin meningitis dari Kantor Kesehatan Pelabuhan/ Rumah Sakit
4. Foto 3x4 dan 4x6 masing-masing 8 lembar (berwarna, latar putih, dan focus wajah 80%)
5. Fotocopy KTP dan Kartu Keluarga
6. Fotocopy buku nikah bagi suami istri dan akte kelahiran bagi anak
7. Menyerahkan DP minimal Rp5.000.000

#### Biaya Belum Termasuk

1. Pembuatan paspor
2. Suntik Vaksin Meningitis

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

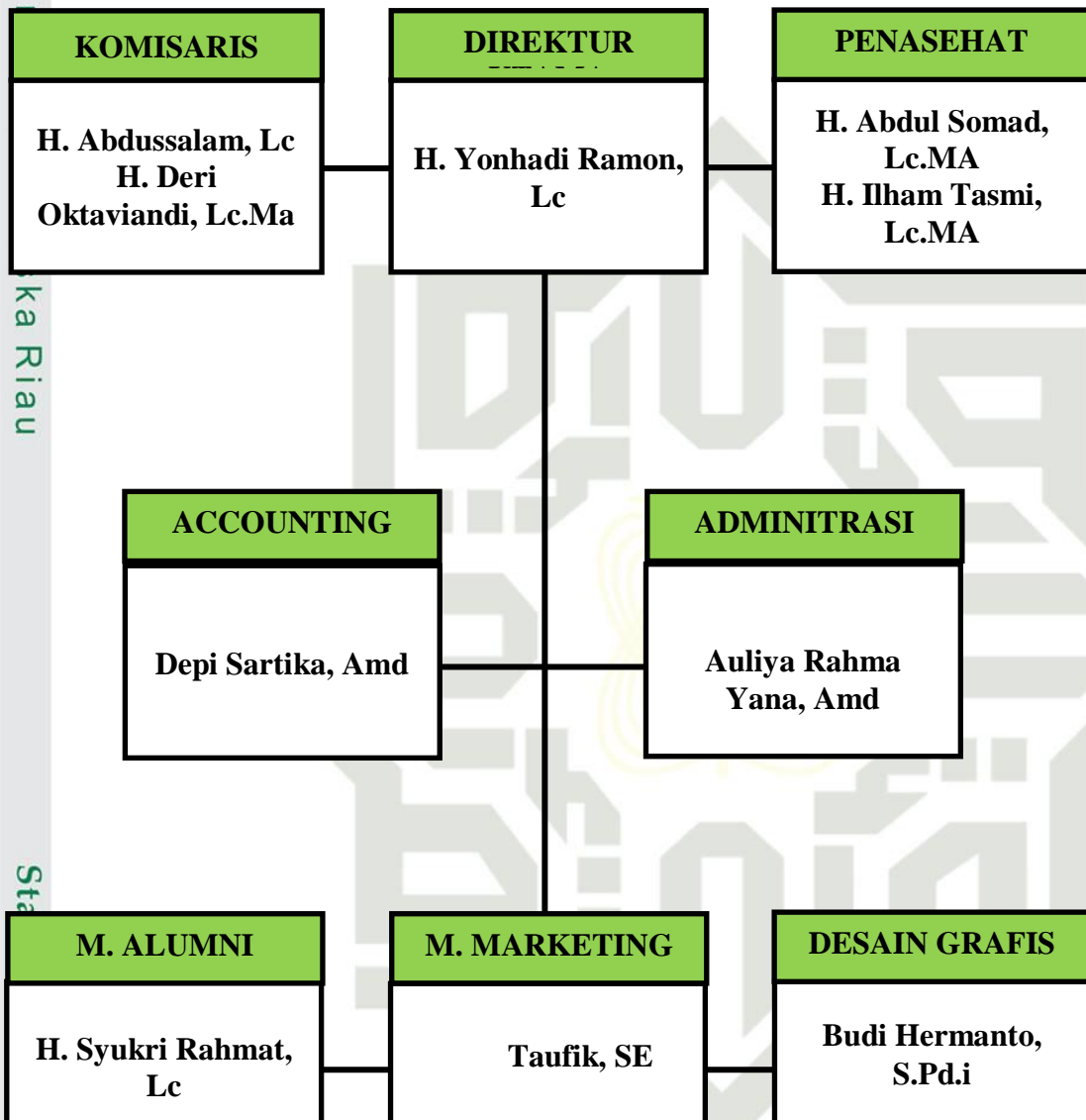
3. Surat keterangan mahram (bagi wanita umur <46 tahun pergi tanpa mahram)
4. Biaya tambahan bagasi
5. Biaya tiket dari luar daerah menuju Pekanbaru dan sebaliknya
6. Belanja pribadi

#### Pembatalan Keberangkatan

1. Pembatalan 60 hari sebelum berangkat dipotong biaya 25% dari harga paket
2. Pembatalan 30 hari sebelum berangkat dipotong biaya 50% dari harga paket
3. Pembatalan 15 hari sebelum berangkat dipotong biaya 75% dari harga paket
4. Pembatalan 7 hari sebelum berangkat biaya umrah hangus



**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi Al-Azhar Islamic Tour Padang**



© Hak cipta

ka Riau

Sta

niversity of Sultan Syarif Kasim Ria

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Itinerary Perjalanan Umrah

### 1. Itinerary paket 12 hari

Laporan kegiatan jadwal perjalanan umrah paket 12 hari dapat dilihat seperti yang tertera pada tabel dibawah ini.<sup>112</sup>

**Tabel 4.1**  
**Itinerary paket 12 hari**

Hari	Tempat	Kegiatan
Hari 1	Bandara Internasional Minangkabau (BIM)	Jama'ah berkumpul di bandara, di lanjutkan dengan take off menuju Kuala Lumpur. Sampai di Kuala Lumpur, lalu jamaah pindah terminal dan cek in. Lalu take off dari Kuala Lumpur menuju Madinah. Melanjutkan perjalanan ke hotel lalu cek in hotel dan istirahat.
Hari 2	Madinah	Di Madinah, setelah sarapan pagi jamaah mendengarkan tausyiah dan arahan dari Muthawwif karena akan melakukan Ziarah dalam (Raudah, Makam Nabi dan para sahabat dan pemakaman baqi'). Setelah melaksanakan ziarah, jamaah memperbanyak ibadah di Masjid Nabawi.
Hari 3	Madinah	Setelah sarapan pagi, jamaah berkumpul di lobby hotel untuk melaksanakan City Tour kota Madinah, Masjid Quba, Bukit Uhud, Kebun Kurma, Kiblatain, dan Khandak.
Hari 4	Madinah	Jamaah umrah memperbanyak ibadah di Masjid Nabawi.
Hari 5	Madinah-Makkah	Setelah sholat Dzuhur, jamaah cek out hotel di lanjutkan perjalanan dari Madinah menuju Makkah untuk umrah yang pertama, ketika sampai Makkah jamaah check in hotel dan melaksanakan umrah di Masjidil Haram untuk melakukan Thawaf, Sa'i dan Tahalul yang di damping oleh Mutthawif Al-Azhar Islamic Tour.

<sup>112</sup> Dokumentasi Al-Azhar Islamic Tour Padang, Sabtu tanggal 28 Desember 2019

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hari	Tempat	Kegiatan
Hari 6	Makkah	Program bebas, di Makkah jama'ah disarankan perbanyak ibadah di Masjidil Haram. Setelah makan siang dan sholat, jama'ah melaksanakan program tausyiah yang disampaikan oleh Mutthawif Al-Azhar Islamic Tour. Dan memotivasi Jama'ah untuk beramal dan beribadah sebanyak-banyaknya di Tanah suci Makkah.
Hari 7	Makkah	Setelah sarapan pagi, jama'ah berkumpul di lobby hotel untuk melakukan City Tour Mekkah, Jabal Tsur, Arafah, Jabal Rahma, Muzdalifa, Mina, Jabal Nur, Hudaibiyah/Ji'rannah, dan menuntaskan umrah kedua/umrah sunnah.
Hari 8	Makkah	Program bebas, di Makkah jama'ah disarankan perbanyak ibadah di Masjidil Haram. Setelah makan siang dan sholat, jama'ah melaksanakan program tausyiah yang disampaikan oleh Mutthawif Al-Azhar Islamic Tour. Dan memotivasi Jama'ah untuk beramal dan beribadah sebanyak-banyaknya di Tanah suci Makkah.
Hari 9	Makkah	Jama'ah Al-Azhar Islamic Tour masih disarankan melakukan ibadah sebanyak-banyaknya di Masjidil Haram, kota Mekkah.
Hari 10	Makkah-Jeddah	Jama'ah Al-Azhar Islamic Tour melakukan check out hotel di Makkah selanjutnya melakukan City Tour ke Jedah mengunjungi Cornest (Pasar Balad), melewati masjid Qisaah (tempat dilakukannya eksekusi qisash).
Hari 11	Jeddah-Kuala Lumpur	Jama'ah Al-Azhar Islamic Tour melakukan take off di Bandara King Abdul Aziz Jeddah menuju Bandara Kuala Lumpur. Sesampainya di Bandara Kuala Lumpur, jama'ah melakukan City Tour di Kuala Lumpur, selanjutnya check in hotel dan beristirahat.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hari	Tempat	Kegiatan
Hari 12	Kuala Lumpur-Bandara Internasional Minangkabau (BIM)	Setelah sarapan pagi, jama'ah menuju Bandara Kuala Lumpur dan melakukan take off menuju Bandara Internasional Minangkabau (BIM) Padang, Sumatera Barat. Jama'ah Al-Azhar Islamic Tour telah selesai melakukan ibadah umrah dengan menggunakan biro perjalanan Al-Azhar Islamic Tour.

## 2. Itinerary Plus Turkey

Laporan kegiatan jadwal perjalanan paket umrah Al-Azhar Islamic Tour paket plus Turkey dapat dilihat seperti yang tertera pada tabel dibawah ini .<sup>113</sup>

**Tabel 4.2**  
**Itinerary paket Plus Turkey**

Hari	Tempat	Kegiatan
Hari 1	Padang	Jama'ah berkumpul di Bandara Internasional Minangkabau (BIM), dilanjutkan take off menuju Kuala Lumpur. Sampai di Kuala Lumpur dilanjutkan city tour dan menuju hotel untuk beristirahat.
Hari 2	Kuala Lumpur-Jeddah	Jamah melakukan check out hotel dan menuju bandara di Kuala Lumpur, dilanjutkan take off menuju Jeddah
Hari 3	Turki	Pagi hari jama'ah take off dari Jeddah menuju Turki, sampai di Istanbul Turk melakukan city tour ke Kota Tua Bosphorus Cruise, Bursa, Uludag Mountain Cable dan melakukan check n hotel.
Hari 4	Turki	Setelah sarapan pagi, jama'ah melanjutkan city tour di Kota Turki, Istanbul Kemali, Hagia Sophia, Blue Mosque, Istana Topkapi.

<sup>113</sup> Dokumentasi Al-Azhar Islamic Tour Padang, Sabtu tanggal 28 Desember 2019

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hari	Tempat	Kegiatan
Hari 5	Turki	Setelah sarapan pagi, jamaah bersiap-siap melakukan cek out hotel menuju Bandara Ataturki untuk melanjutkan penerbangan ke Madinah.
Hari 6	Madinah	City tour di Kota Madinah, Masjid Quba, Bukit Uhud. Kebun Kurma, Kiblatain, Khandak, Bukit Magnet dan tausyiah.
Hari 7	Madinah	Ziarah Jabal Magnet (Magnetic hill manthiqah baida), percetakan mushaf Madina, Pertenakan Unta. Siangnya sholat jum'at berjama'ah, makan siang dan kunjungan disekitar masjid Nabawi, Ziarah Baqi Gharqad, The holy Qur'an Exhibition, Asmaul Husna Exhibition, Rasulullah Exhibition dan Masjid Ghamamah.
Hari 8	Madinah-Makkah	Perjalanan Madinah ke Makkah untuk umrah pertama, singgah di Bir Ali untuk miqat umrah. Ketika sampai di Makkah, jama'ah check in hotel dan dilanjutkan menuju Masjidil Haram untuk Thawaf, Sa'I dan Tahallul.
Hari 9	Makkah	Di Kota Makkah melakukan program bebas (memperbanyak ibadah di Masjidil Haram). Setelah makan siang dan sholat, jama'ah Al-Azhar Islamic tour kembali melaksanakan program tausyiah kemudian memperbanyak ibadah di Masjidil Haram.
Hari 10	Makkah	City tour Makkah, Jabal Tsur, Arafah, Jabal Rahmah, Muzdalifah, Mina, Jabal Nur, Museum Ka'bah, Hudaibiyah, dan menuntaskan umrah kedua/umrah sunnah.
Hari 11	Makkah	Program bebas ( memperbanyak ibadah di Masjidil Haram). Setelah makan siang dan sholat, jama'ah Al-Azhar Islamic tour kembali melaksanakan program tausyiah kemudian memperbanyak ibadah di Masjidil Haram dan penjelasan kepulangan.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hari	Tempat	Kegiatan
Hari 12	Makkah-Madinah	Jama'ah meninggalkan kota suci Makkah menuju Jeddah. Jama'ah melakukan city tour kota Jedah mengunjungi cornest (Pasar Balad), melewati masjid qisash (tempat eksekusi qisash) dan singgah di masjid terapung di laut merah.
Hari 13	Jeddah-Kuala Lumpur	Jama'ah Al-Azhar Islamic Tour berangkat dari Bandara King Abdul Aziz menuju Kuala Lumpur.
Hari 14	Kuala Lumpur-Padang	Jama'ah sampai di bandara Kuala Lumpur, dan melanjutkan perjalanan ke Bandara Internasional Minangkabau Padang, Sumatera Barat.

#### J. Alamat Kantor Al-Azhar Islamic Tour

Perkembangan Al-Azhar Islamic Tour semakin meningkat seiring dengan berjalannya waktu, hal ini terbukti dengan semakin banyaknya kantor cabang Al-Azhar Islamic Tour di berbagai daerah. Perkembangan tersebut di sebabkan karena Al-Azhar Islamic Tour semakin banyak di percaya oleh masyarakat sebagai penyelenggara ibadah umrah yang profesional dan terpercaya, yang telah dibuktikan oleh Al-Azhar Islamic Tour melalui pelayanan yang mereka berikan kepada para jamaah. Berikut alamat kantor cabang Al-Azhar Islamic Tour yang berada di Sumatra Barat, Riau dan Jambi yaitu sebagai berikut :<sup>114</sup>

##### 1. Sumatra Barat

- a. Kantor pusat AIT : Jl. Sawahan No 55, Kota Padang
- b. Kantor cabang AIT Padang 1 : Jl. Bay Pass KM 6 Lubuk Begalung
- c. Kantor cabang AIT Padang 2 : Jl. Koto Panjang Ikur Koto Lb.Minturun Kel. Koto Panjang Ikur Koto Kec. Koto Tangah Dekat Rumah Herbal

<sup>114</sup> Dokumentasi Al-Azhar Islamic Tour Padang, Sabtu tanggal 28 Desember 2019



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- d. Kantor cabang AIT Solok : Jl. Dt. Perpatih NanSabatang.  
Aro IV Korong Lubuk Sikarah.  
Depan Masjid Agung Kota Solok
- e. Kantor cabang AIT Sijunjung 1 : Jl. Lintas Sumatera, PalangkiKec.  
IV Nagari kab. Sijunjung
- f. Kantor cabang AIT Sijunjung 2 : Jl. Lintas Sumatera, Jrg Koto  
Ranah Nagari Tanjung Gadang  
Kec Tanjung Gadang
- g. Kantor cabang AIT Bukittinggi : Jl.M.Yasin No 164 Masjid Lt.  
Batu, Batusangkar
- h. Kantor cabang AIT Padang Panjang : Jl. Raya Padang Panjang –  
Bukittinggi KM 2 Bintungan  
panyalaian
- i. Cabang AIT Tanah Datar : Jl. Lenggo Geni No 164 Masjid  
Lt. Batu, Batusangkar
- j. Cabang AIT Dharmasraya : Jl Lintas Sumatra Km.3  
(Samping Kejaksaan) Jor.  
Lambau Nag. Sungai Kambut  
Kec. Pulau-Punjung Kab.  
Dharmasraya
- k. Cabang AIT Payakumbuh 1 : Jl Ahmad Yani No. 132
- l. Cabang AIT Payakumbuh 2 : Jl. Soekarno Hatta No. 217  
Payakumbuh Barat
- m. Cabang AIT Pariaman 1 : Kantor Cabang Jl. Raya  
Kiambang Sicincin Km. 44  
Puncak Kiambang Kab. Padang  
Pariaman
- n. Cabang AIT Pariaman 2 : Jl. Simpang Lapai Kota Pariaman
- o. Cabang AIT Sawahlunto : Depan Rumah Makan Ana Desa  
Santur, Kec Barangin Kota  
Sawahlunto

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Cabang AIT Pasaman Timur : Jl. Prof Dr. Hamka No.190  
Lubuk Sikaping Pasaman
  - Cabang AIT Pasaman Barat : Pasar Padang 7 Depan Kantor  
Wali Aur Kuning, Pasaman Barat
  - Cabang AIT Pesisir Selatan : Jl. H Ilyas Yacub
- 2. Riau**
- Kantor Wilayah Riau : Jl. Arifin Ahmad No 99 C,  
Pekanbaru
  - Cabang AIT Pekanbaru : Jl. Manunggal Kel. Tuah Madani  
Kec. Tampan Panam, Pekanbaru
  - Cabang AIT Dumai I : Jl Hr. Soebrantas Dumai, Masjid  
Habiburrahman
  - Cabang AIT Dumai II : Jl. Arifin Ahmad Kel Mundam  
Kec. Medang Kampai
  - Cabang Tembilahan : Jl. Telaga Biru, depan Masjid  
Darul Hikmah
  - Cabang AIT Kampar : Jl. Prof M Yamin SH Bangkian
  - Cabang AIT Batam : Ruko Graha Cikitsu Blok C No  
9 Batam Center
  - Cabang AIT Perawang : Jl. M Ali Ujung, Perawang Barat
- 3. Jambi**
- Cabang AIT Kerinci 1 : Jl. Yos Sudarso, Desa Gedang  
Sungai Penuh
  - Cabang AIT Kerinci 2 : Simpang Masjid Raya Pasar  
Sungai Tanduk Kayu Aro  
Kerinci
  - Cabang AIT Kerinci 3 : Samping Masjid Al Mubarak  
Desa Koto Dian Pulau Tangah.  
Kec. Keliling Danau. Kab.  
Kerinci

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- d. Cabang AIT Muara Bungo 1 : Jl Rangkayo Hitam No. 07 Rt 12  
Kel Bungo Timur. Kec Pasar  
Muara Bungo Kabupaten Bungo  
Provinsi Jambi

**Bank Pembayaran Biaya Perjalanan Al-Azhar Islamic Tour**

Adapun pembayaran biaya umroh, haji plus dan tour bagi jamaah ataupun pelanggan Al-Azhar Islamic Tour dapat dilakukan melalui rekening rupiah dibawah ini :<sup>115</sup>

**Tabel 4.3**  
**Daftar Bank Pembayaran Biaya perjalanan**  
**Al-Azhar Islamic Tour**

No	Daftar Bank pembayaran Biaya Perjalanan
1.	Bank BRI Syariah No Rek. 1044931252 a.n PT Azhar Mitra Utama
2.	Bank Mandiri No Rek. 1110009898061 a.n PT Azhar Mitra Utama
3.	Bank Bri No Rek. 005801001279566 a.n PT Azhar Mitra Utama
4.	Bank Muamalat No Rek. 4210042076 a.n PT Azhar Mitra Utama

<sup>115</sup> Dokumentasi Al-Azhar Islamic Tour Padang, Sabtu tanggal 28 Desember 2019



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **BAB VI PENUTUP**

### **A Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan tentang Strategi Bauran Pemasaran Paket Umrah di Al-Azhar Islamic Tour Padang, dapat disimpulkan bahwa Al-Azhar Islamic Tour Padang telah menerapkan strategi bauran pemasaran sebagai berikut :

1. Strategi Produk (*Product*) yang dilakukan oleh Al-Azhar Islamic Tour Padang ialah menyediakan berbagai macam paket umrah yang berfariatif, menjadikan tingkat kebutuhan dan gaya hidup jamaah sebagai bahan pertimbangan dan memiliki beberapa tahapan dalam pembentukan paket umrah.
2. Strategi Harga (*Price*) yang dilakukan oleh Al-Azhar Islamic Tour dalam penetapan harga ialah selalu memantau kondisi dollar yang ada, dan menjadikan pesaing ataupun jamaah sebagai bahan pertimbangan dalam penetapan harga paket umrah.
3. Strategi Tempat (*Place*) yang dilakukan oleh Al-Azhar Islamic Tour ialah melakukan distribusi langsung dikantor Al-Azhar dan memilih lokasi yang bagus sebagai kantor pusat yang berlokasi di Jl Sawahan No 55, Sawahan, Kecamatan Padang Timur, Kota Padang. Dan membuka beberapa kantor cabang di berbagai daerah.
4. Strategi Promosi (*Promotion*) yang dilakukan oleh Al-Azhar Islamic Tour ialah melakukan beberapa kegiatan promosi dan menggunakan media pendukung didalam kegiatan promosinya. Selain itu, Al-Azhar juga menetapkan tujuan dari kegiatan promosi yang dilakukan agar promosi lebih terarah. Al-Azhar juga menetapkan Ustadz Abdul Somad sebagai endorse dari promosinya.
5. Strategi Bukti Fisik (*Physical Evidance*) yang dilakukan oleh Al-Azhar Islamic Tour ialah menyediakan sarana dan prasana yang baik bagi jamaah, memberikan transportasi yang aman, nyaman dan lancar,

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mempunyai muthawwaif yang berpengalaman dan ustadz pembimbing yang aktif berbahasa Arab. Dengan memberikan bukti fisik tersebut jamaah akan merasa puas menggunakan Al-Azhar Islamic Tour dalam beribadah umrah.

6. Strategi Orang (*People*) yang dilakukan oleh Al-Azhar Islamic Tour ialah memiliki prosedur dalam pengangkatan tenaga kerja, menetapkan persyaratan dan berkas-berkas yang harus disiapkan pelamar. Dan memberikan motivasi kepada karyawan sehingga karyawan lebih semangat dalam melakukan pekerjaannya.
7. Strategi Proses (*Process*) yang dilakukan oleh Al-Azhar Islamic Tour ialah, melayani jamaah secara tepat dan cepat, mampu memberikan kepercayaan kepada jamaah, berkomunikasi dengan baik dan memahami keinginan jamaah.

#### B. Saran

Adapun saran yang dapat penulis berikan kepada Al-Azhar Islamic Tour Padang terkait Strategi Bauran Pemasaran Paket Umrah yaitu :

1. Hendaknya Al-Azhar Islamic Tour lebih memperluas lagi pembukaan kantor cabang diberbagai Provinsi yang ada di Indonesia, mengingat saat sekarang ini banyak masyarakat yang berbondong-bondong ingin menunaikan ibadah umrah.
2. Hendaknya Al-Azhar Islamic Tour lebih meningkatkan lagi kegiatan promosi, seperti mengikuti event-event besar yang memungkinkan banyak pengunjung yang datang ke event tersebut.
3. Hendaknya Al-Azhar Islamic Tour tetap menjaga hubungan baik dengan para jamaah alumni yang pernah menggunakan layanan jasa yang disediakan oleh Al-Azhar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Thamrin, Tantri Francis. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Akdon. 2009. *Strategic Management For Educational Management* Bandung : Alfabet.
- Harif Nurianto. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : Alfabeta.
- Ima Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Amir Taufiq. 2005. *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Angipora P Marius. 1999. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta : Pers.
- Ardana Komang. DKK. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Assauri Sofian. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada.
- \_\_\_\_\_. 2013. *Strategi Marketing Sustaning Lifetime Customer Value* Jakarta : Rajawali Pers.
- Azwar Aziz, 2015. *Panduan Praktis Perjalanan Haji dan Umrah*. Riau : Asa Riau.
- Bungin Burham. 2010. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta:Kencana
- Cravens W David. 1996. *Pemasaran Strategis*. Jilid II. Jakarta : Erlangga.
- Daft L Ricard. 2009. *Managemen*. Edisi 6. Jakarta : Salemba Empat.
- David R Fred. 2009. *Manajemen Strategi Konse*. Edisi 12. Jakartan: Salemba Empat.
- Hangga Ruri. 2015. *Menjadi Kaya dengan Berbisnis Travel Umroh*. Jakarta : PT Grasindo Anggota IKAPI
- Geuk. William. 1989. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Edisi-II. Jakarta : Erlangga.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Swangkara Iwan. 2018. *Cara Mudah Berbisnis Travel Umrah dan Haji Khusus*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.

Hamali Arif Yusuf. 2016. *Pemahaman Strategy Bisnis & Kewirausahaan*. Jakarta : PT Kharisma Putra Utama.

Hary Susilo. Limakkrisna. 2012. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis*. Jakarta : Mitra Wacana Media

Hayani Nurahmi. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Pekanbaru : Suska Press.

Lawrence. Glueck William. 1998. *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan*. Jakarta : Erlangga.

Jenkins Frank. 1997. *Periklanan*. Jakarta : PT Gelora Aksara Pratama.

Kotler. Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Prenhallindo.

\_\_\_\_\_.2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kelima. Jakarta : Erlangga.

Kotler. Philip. Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Terjemahan Benjamin Molan. Edisi 13*. Jakarta : PT Indeks.

Kotler. Philip. 2002. *Marketing Management*, 10<sup>th</sup> edition. Jakarta : Prenhalindo.

Kuncoro. Mudrajad. 2005. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta : Erlangga.

Lupiyoadi. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*. Jakarta : Salemba Empat.

Malau Harman . 2017. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung : Alfabeta.

Morissan. 2012. *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

Muljadi.2012. *Kepariwisata dan Perhalanan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Mursid. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Bumi Aksara.

Nitisemito S Alex. 2001. *Dialog Bisnis dan Manajemen*. Jakarta : Ghalia Indonesia.

Nizam Ahmad, Alatif Hasan.2002. *Manajemen Haji*. Jakarta : Zikru Hakim.

Noor Juliansyah. *Martodologi Penelitian*. Jakarta : Kencana.



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Putra Nusa. Ninin Dwilestari. 2012. *Penelitian Kualitatif. " Pendidikan Anak usia Dini "*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Purwosutjipto. 1981. *Pengertian Pokok Hukum Dagang Indonesia, Jilid I*. Jakarta : Djambatan.
- Oliver Sandra. 2006. *Strategi Public Relations*. London : PT Gelora Aksara.
- Ratnasari Ririn. Mastuti. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Riofita Hendra. 2015. *Strategi Pemasaran*. Pekanbaru. Mutiara Pesisir Sumatra.i
- Setiyo Ari Ningrum, Jusuf Udaya, DKK. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta : ANDI
- Solihin Ismail. 2012. *Manajemen Strategik* . Bandung : Erlangga.
- Subagyo Joko. *Metode Penelitian dalam Teori & Praktik*. Jakarta : Rineka
- Sugiyono. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Surya Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen : Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Tjiptono Fandy. Chandra Gregorius. Adrian Dadi. 2008 *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta : ANDI
- \_\_\_\_\_, Gregorius. 2012. *Pemasaran Global*. Yogyakarta : UPP STIM YKPN.
- Tjiptono Fandy. 2004. *Pemasaran Jasa*. Jasa Timur : Bayumedia Publisng.
- \_\_\_\_\_. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta : Andi.
- Utama Bagus Gusti. 2017. *Pemasaran Pariwisata* . CV Andi Offset : Yogyakarta.
- Wahbah Az-Zuhaili. 2011. *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*. Jakarta : Gema Insani.
- Wahjono Imam Sentot. 2010. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Widyastuti Ami. Hijriyati Cucuan. DKK. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Riau : Al-Mujtahadah.
- Widodo. 2005. *Cerdik Menyusun Proposal Penelitian*. Jakarta : Yayasan Kelopak-Magna Script.
- Yevis Marty Oesman. 2010. *Sukses mengelola Marketing, CRM, Customer Value, dan Customer Dependency*. Bandung : Alfabeta.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Skripsi dan Jurnal :

Amad, Fahluroji Aceng. Maret 2015 “Strategi Pemasaran Program Umroh Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jamaah Pada ESQ Tours And Travels 165, Skripsi Manajemen Haji dan Umroh Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Grasella Grasell. 2018. “Strategi Pemasaran PT.Mudaris Mandiri Wisata Dalam Meningkatkan Jumlah Jama’ah Umrah Di Kota Pekanbaru”, Skripsi-Manajemen Dakwah dan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Yivi Nurul Afidah. 2019. “Strategi Pemasaran Paket Ibadah Haji Dan Umrah Dalam Merekrut Jamaah Di PT.Sela Express Tour Kota Pekanbaru”, Jurnal Manajemen Dakwah dan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Kamilina Rhodiyah. 2018. “Penerapan Promotional Mix Pada Biro Perjalanan Umrah/Haji Shafira Tour and Travel Surabaya Menurut Perspektif Islam”, JurnalEkonomi Islam Universitas Airlangga.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## PEDOMAN WAWANCARA

### A. Strategi Produk (*Product*)

1. Apa paket yang ditawarkan oleh Al-Azhar Islamic Tour?
2. Apa yang menjadi pertimbangan dalam pembentukan paket umrah di Al-Azhar Islamic Tour?
3. Bagaimana tahapan dalam proses pembentukan paket umroh Al-Azhar Islamic Tour?

### B. Strategi Harga (*Price*)

1. Bagaimana tahapan dalam penetapan harga paket umroh di Al-Azhar Islamic Tour?
2. Apa faktor yang dipertimbangkan dalam penetapan harga paket umroh di Al-Azhar Islamic Tour?
3. Apa tujuan dari penetapan harga paket umrah Al-Azhar Islamic Tour ?

### C. Strategi Tempat (*Place*)

1. Bagaimana proses distribusi paket umroh yang dilakukan oleh Al-Azhar Islamic Tour?
2. Apakah Al-Azhar melakukan kerjasama dengan pihak luar dalam proses distribusi paket umroh ?
3. Apakah pendaftaran umrah bisa dilakukan secara online?

### D. Strategi Promosi (*Promotion*)

1. Bagaimana kegiatan yang dilakukan oleh Al-Azhar Islamic Tour dalam proses promosi?
2. Apa media yang digunakan Al-Azhar Islamic Tour untuk melakukan promosi ?
3. Apa tujuan promosi yang dilakukan oleh Al-Azhar Islamic Tour?

### E. Strateg Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

1. Apa bentuk bukti fisik yang dapat diberikan oleh Al-Azhar Islamic Tour dalam meyakinkan calon jamaah ?
2. Apa fasilitas yang disediakan oleh Al-Azhar Islamic Tour untuk meyakinkan calon jamaah ?



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### **Strategi Orang (*People*)**

1. Bagaimana prosedur rekrutmen karyawan yang dilakukan oleh Al-Azhar Islamic Tour?
2. Apa persyaratan khusus karyawan Al-Azhar Islamic Tour?
3. Bagaimana Al-Azhar Islamic Tour memberikan motivasi karyawan ?

#### **Strategi Proses (*Process*)**

1. Apa strategi yang digunakan oleh Al-Azhar Islamic Tour dalam proses penyampaian jasa ?
2. Apa sarana yang digunakan oleh Al-Azhar Islamic Tour untuk menunjang proses penyampaian jasa ?
3. Bagaimana tahapan penyampaian jasa yang dilakukan oleh Al-Azhar Islamic Tour?



## TRANSKRIP WAWANCARA

Nama Informan : H. Yonhadi Ramon, Lc  
 Tanggal : Rabu, 18 Januari 2020  
 Tempat Wawancara : Kantor Al-Azhar Islamic Tour Padang  
 Topik Wawancara : Strategi bauran pemasaran paket umrah di Al-Azhar Islamic Tour Padang

	Materi Wawancara
Peneliti	Apa paket yang ditawarkan oleh Al-Azhar Islamic Tour?
Informan	Paket yang kami tawarkan ini punya keunggulan dan keistimewaan yang berbeda di setiap paketnya. Perbedaannya kan bisa dilihat dari rute perjalanannya, fasilitas yang didapatkan oleh jama'ah sesuai dengan biaya yang tertera di setiap paket umrah yang kami punya.
Peneliti	Apa yang menjadi pertimbangan dalam pembentukan paket umrah Al-Azhar Islamic Tour?
Informan	Yang menjadi pertimbangan kami banyak, ada tingkat kebutuhan dan gaya hidup jamaah. Karena menurut saya setiap orang memiliki tingkat kebutuhan dan gaya hidup yang berbeda-beda. Tujuan kami mempertimbangkan gaya hidup jamaah sebagai pembentukan paket ibadah umrah didasarkan pada kemampuan keuangan yang dimiliki oleh masing-masing jamaah.
Peneliti	Bagaimana tahapan dalam proses pembentukan paket umrah Al-Azhar Islamic Tour?
Informan	Untuk tahapan kami ada beberapa tahapan. Pertama kami menentukan target dari pemasaran paket, terus kami menentukan jenis paket, menentukan durasi waktu perjalanan, menentukan fasilitas yang disatukan dalam rangkaian paket tersebut, dan setelah itu baru menghitung harga paket umrah.
Peneliti	Bagaimana tahapan dalam penetapan harga paket umrah di Al-Azhar Islamic Tour?

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	Materi Wawancara
Informan	Kalau dipembuatan harga memang ada juga tahapannya, tahapan yang kami lakukan pertama kami ialah memantau kondisi dollar kemudian dicocokkan dengan nilai rupiah. Setelah itu kami menghitung seluruh biaya yang akan kami dikeluarkan dalam pembuatan harga paket ini
Peneliti	Apa faktor yang dipertimbangkan dalam penetapan harga paket umrah di Al-Azhar Islamic Tour?
Informan	Pertimbangan kami dalam penetapan harga paket ibadah umrah ada 3. Pertama biay-biaya yang kami keluarkan, pesaing terus jamaah. Itu yang menjadi pertimbangan kami dalam penetapan harga paket yang kami buat.
Peneliti	Bagaimana proses distribusi paket umrah yang dilakukan oleh Al-Azhar Islamic Tour?
Informan	Penjualan paket kami lakukan secara langsung kepada jamaah. Distribusi langsung kami dikantor Jl Sawahan No 55, Sawahan, Kecamatan Padang Timur, Kota Padang ini. Karena menurut kami Kota Padang merupakan Ibu Kota Provinsi Sumatra Barat yang merupakan kota pusat bisnis dan daerah yang memberi kemudahan untuk melakukan berbagai akses dalam mengembangkan bisnisnya.
Peneliti	Bagaimana metode yang digunakan oleh AL-Azhar Islamic Tour dalam proses promosi?
Informan	Bentuk kegiatan promosi yang kami lakukan seperti menyebarkan brosur kepada masyarakat. Penyebaran brosurnya dilakukan oleh setiap staff ataupun para alumni yang telah menggunakan jasa perjalanan kami sebelumnya.
Peneliti	Apa media yang digunakan Al-Azhar Islamic Tour untuk melakukan promosi?



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	Materi Wawancara
Informan	media yang kami gunakan sih bermacam-macam. Ada websit, terus halaman website kami yaitu <a href="https://alazhartour.com">https://alazhartour.com</a> . Dengan website yang kami buat kami mengharapkan agar calon jamaah ataupun masyarakat yang aktif menggunakan internet dapat lebih mengetahui tentang produk-produk yang kami jual.
Peneliti	Apa tujuan promosi yang dilakukan oleh Al-Azhar Islamic Tour?
Informan	Tujuan promosi yang kami lakukan adalah untuk meningkatkan dan menyebarkan informasi tentang paket ibadah umrah yang kami punya, jadi kan masyarakat mengetahui bahwa Al-Azhar Islamic Tour mempunyai berbagai macam paket umrah seperti paket ibadah umrah regular, ada paket ibadah spesial ada juga paket umrah bersama Ustadz Abdul Somad.
Peneliti	Apa bentuk bukti fisik yang dapat diberikan oleh Al-Azhar Islamic Tour dalam meyakinkan calon jamaah ?
Informan	Untuk bukti fisik yang kami kasih kepada jamaah seperti menyediakan sarana dan prasarana yang baik bagi jamaah. Karena kan jamaah pasti merasa nyaman kalau ada didalam kantor Al-Azhar ini. Didalam kantor Al-Azhar tersedia ruang tunggu yang nyaman yang dilengkapi sofa yang empuk, ruang konsultasi yang bersih dan rapi, dan toilet yang bersih.
Peneliti	Bagaimana prosedur rekrutmen karyawan yang dilakukan oleh Al-Azhar Islamic Tour?
Informan	Untuk prosedur dalam pengangkatan tenaga kerja, kami memiliki beberapa langkah-langkah seperti mengeluarkan informasi pembukaan lowongan kerja, penerimaan surat lamaran, ada wawancara, dan ada juga seleksi karyawan.
Peneliti	Apa persyaratan khusus karyawan Al-Azhar Islamic Tour?



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	Materi Wawancara
Informan	Kami menetapkan beberapa kriteria sih, pertama calon karyawan harus berusia maksimal 25 tahun, terus mereka belum menikah, terus pendidikan minimal D3 khusus adminitrasi, tetapi pendidikan yang dibutuhkan sesuai dengan posisi yang dibutuhkan, dan mampu bekerja dibawah tekanan.
Peneliti	Bagaimana Al-Azhar Islamic Tour memberikan motivasi karyawan?
Informan	Untuk memotivasi karyawan memang perlu bagi kami. Motivasi yang kami berikan seperti adanya hubungan sosial yang baik antara karyawan dengan karyawan dan karyawan dengan atasan. Karna menurut kami memelihara hubungan sosial dengan karyawan, akan menumbuhkan komunikasi dan interaksi yang lebih baik.
Peneliti	Apa strategi yang digunakan oleh Al-Azhar Islamic Tour dalam proses penyampaian jasa ?
Informan	Untuk strategi proses penyampaian jasa ialah kami harus mampu mampu melayani jamaah secara tepat dan cepat dan mampu memberikan kepercayaan kepada jamaah. Karena hal tersebut bisa membuat jamaah kembali menggunakan Al-Azhar dalam keberangkatan umrahnya.





## TRANSKRIP WAWANCARA

Nama Informan : H. Abdussalam, Lc  
 Tanggal : Sabtu , 28 Desember 2019  
 Tempat Wawancara : Kantor Al-Azhar Islamic Tour Padang  
 Topik Wawancara : Strategi bauran pemasaran paket umrah di Al-Azhar Islamic Tour Padang

	Materi Wawancara
Peneliti	Apa paket yang ditawarkan oleh Al-Azhar Islamic Tour?
Informan	Paket yang kami tawarkan bermacam-macam. Terus pada setiap paket umrah memiliki keistimewaan masing-masing. Terlihat pada rute perjalanan dan fasilitas yang ditetapkan, dan fasilitas yang didapatkan oleh jama'ah sesuai dengan harga yang di bayar oleh jama'ah.
Peneliti	Apa yang menjadi pertimbangan dalam pembentukan paket umrah di Al-Azhar Islamic Tour?
Informan	Yang menjadi pertimbangan kami adalah fasilitas yang didapatkan oleh jamaah. Fasilitas tersebut tidak bermaksud untuk membedakan jamaah, tetapi tujuannya untuk memberikan kenyamanan bagi para jamaah yang akan melaksanakan ibadah umrah.
Peneliti	Bagaimana tahapan dalam proses pembentukan paket umroh Al-Azhar Islamic Tour?
Informan	Ada tahapan-tahapan penting seperti menentukan jadwal keberangkatan serta menentukan rangkaian kegiatan dalam paket perjalanan. Terus kami lanjutkan dengan memutuskan rangkaian fasilitas yang akan disatukan dalam paket yang akan dibentuk. Tetapi, sebelum itu kami juga melakukan survey terhadap fasilitas tersebut.
Peneliti	Bagaimana tahapan dalam penetapan harga paket umroh di Al-Azhar Islamic Tour?

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	Materi Wawancara
Informan	Semua biaya umrah kami hitung menggunakan dollar. Sekarang ini harga dollar sangat tidak stabil. Kalau jamaah tidak mau tahu tentang naik turunnya dollar. Jamaah taunya harga paket misalnya Rp 25.000.000 juta, maka meskipun dolar naik, jamaah akan melunasi sebesar Rp 25.000.000. Jadi kami selalu mantau dollar.
Peneliti	Apa faktor yang dipertimbangkan dalam penetapan harga paket umroh di Al-Azhar Islamic Tour?
Informan	Yang menjadi pertimbangan kami adalah kenaikan dari harga-harga yang telah ditetapkan seperti, kenaikan harga tiket pesawat, kenaikan hotel, dan kenaikan harga yang tak terduga. Kenaikan tersebut tidak terduga.
Peneliti	Bagaimana proses distribusi paket umroh yang dilakukan oleh Al-Azhar Islamic Tour?
Informan	Untuk pendistribusian kami mempunyai kantor cabang perusahaan untuk daerah luar kota Padang. Kantor cabang yang kami tidak hanya di provinsi Sumatra Barat saja, melainkan juga terdapat di Provinsi Riau dan Jambi. Di Provinsi Sumatra Barat ada 17 kantor cabang, di Provinsi Riau ada 8 kantor cabang, dan di Provinsi Jambi ada 4 kantor cabang. Jadi total semua punya 29 kantor cabang.
Peneliti	Bagaimana metode yang digunakan oleh Al-Azhar Islamic Tour dalam proses promosi?
Informan	Kegiatan promosi kami menggunakan endorse. Kami memilih Ustadz Abdul Somad sebagai public figure yang mempromosikan paket ibadah umrah yang ada di Al-Azhar Islamic Tour. Paket bersama UAS banyak diminati jamaah.
Peneliti	Apa media yang digunakan Al-Azhar Islamic Tour untuk melakukan promosi ?



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Materi Wawancara	
Informan	Untuk media kami menggunakan media sosial. Karena sekarang ini sudah banyak masyarakat yang menggunakan hp. Kami menggunakan Facebook, Instagram, dan Whatsapp
Peneliti	Apa tujuan promosi yang dilakukan oleh Al-Azhar Islamic Tour?
Informan	Tujuan kegiatan promosi yang kami lakukan untuk mendapatkan jamaah baru dan mempertahankan jamaah lama. Terus untuk mempertahankan jamaah yang lama, kami mengupdate harga-harga paket sesuai dengan kebutuhan dan keinginan jamaah
Peneliti	Apa bentuk bukti fisik yang dapat diberikan oleh Al-Azhar Islamic Tour dalam meyakinkan calon jamaah ?
Informan	Untuk bukti fisik yang kami berikan ada ruangan untuk manasik teori yang berada dilantai 2. Disana jamaah dapat mendengarkan penjelasan dari pembimbing ataupun staf Al-Azhar mengenai teori-teori ibadah umrah, mulai dari keberangkatan hingga sampainya jamaah ke Tanah air. Terus ada juga infokus supaya jamaah lebih paham ketika diterangkan tentang manasik.
Peneliti	Bagaimana prosedur rekrutmen karyawan yang dilakukan oleh Al-Azhar Islamic Tour?
Informan	Langkah-langkahnya kami menentukan posisi apa yang dibutuhkan mengeluarkan informasi pembukaan lowongan kerja, terus penerimaan surat lamaran, wawancara, dan terakhir seleksi karyawan
Peneliti	Apa persyaratan khusus karyawan Al-Azhar Islamic Tour?
Informan	Persyaratannya berumur maksimal 25 tahun, belum menikah, terus pendidikan D3 khusus adminitrasi dikarenakan pada saat ini Al-Azhar membutuhkan staf adminitrasi khususnya wanita muslimah.
Peneliti	Bagaimana Al-Azhar Islamic Tour memberikan motivasi karyawan ?
Informan	Cara kami memberikan motivasi ke karyawan seperti memelihara hubungan sosial yang baik, terus menghargai ide-ide baru dari karyawan.





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Materi Wawancara	
Peneliti	Apa strategi yang digunakan oleh Al-Azhar Islamic Tour dalam proses penyampaian jasa ?
Informan	Untuk proses penyampaian jasa kami semua berusaha berkomunikasi dengan baik dengan jamaah. Pada jamaah bertanya tentang paket-paket ataupun pertanyaan lain, karyawan harus bisa menjawabnya.



UIN SUSKA RIAU



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## TRANSKRIP WAWANCARA

Nama Informan : Taufik  
 Tanggal : Jumat, 27 Desember 2019  
 Tempat Wawancara : Kantor Al-Azhar Islamic Tour Padang  
 Topik Wawancara : Strategi bauran pemasaran paket umrah di Al-Azhar Islamic Tour Padang

Matri Wawancara	
Peneliti	Apa paket yang ditawarkan oleh Al-Azhar Islamic Tour?
Informan	Untuk rute perjalanan dan fasilitas sesuai yang dibayar jamaah, bedanya bisa dilihat di umrah reguler dan paket ibadah umrah plus Turki yang ada di brosur itu. Kalau paket umrah reguler rute perjalanan ibadah umrah saja, sedangkan umrah plus Turki, jamaah bisa melakukan city tour dan berziarah di daerah-daerah yang ada di Turki
Peneliti	Bagaimana tahapan dalam proses pembentukan paket umroh Al-Azhar Islamic Tour?
Informan	Kalau tahapannya menentukan rute perjalanan terus durasi waktu dan menetapkan jadwal keberangkatan sama kepulangan serta menentukan rangkaian kegiatan dalam paket perjalanan tersebut. Siap itu melakukan survey terhadap rangkaian fasilitas yang akan disatukan dalam paket, terus kami lanjutkan pencocokan harga dari fasilitas yang dipilih
Peneliti	Apa faktor yang dipertimbangkan dalam penetapan harga paket umroh di Al-Azhar Islamic Tour?



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	Matri Wawancara
Informan	Untuk pertimbangannya kami lihat pesaing. Dengan semakin banyaknya biro perjalanan haji dan umrah yang ada, terus para pesaing itu mempunyai keunggulan dan program yang menarik para jamaah untuk menggunakan jasa perjalanan haji dan umrah mereka. Dengan pesaing kami harus melakukan inovasi sehingga paket ibadah umrah yang dijual dapat diminati oleh calon jamaah.
Peneliti	Bagaimana proses distribusi paket umroh yang dilakukan oleh Al-Azhar Islamic Tour?
Informan	Kalau proses distribusi kami pakai langsung. Distribusi langsung kami melibatkan seluruh staf yang ada di Al-Azhar Islamic Tour. Terus itu untuk mempermudah jamaah dalam proses pendaftaran. Al-Azhar melayani proses pendaftaran online yang dapat dilakukan oleh jamaah melalui <a href="https://alazhartour.com">https://alazhartour.com</a> , dan via whatsapp, dan juga telephone.
Peneliti	Bagaimana metode yang digunakan oleh Al-Azhar Islamic Tour dalam proses promosi?
Informan	Kami menggunakan promosi langsung saja kepada jamaah. Terus melibatkan secara langsung seluruh staf yang ada untuk menjual paket ibadah umrah. Promosinya langsung kami adakan di kantor terus di rumah jamaah atau melalui telepon dengan jamaah juga bisa.
Peneliti	Apa media yang digunakan Al-Azhar Islamic Tour untuk melakukan promosi ?
Informan	Kami menggunakan menggunakan brosur, baliho, dan pamflet dan spanduk. Terus memajang foto Ustadz Abdul somad di brosur, spanduk, dan baliho yang ada. Karena menggunakan brosur dan pamphlet untuk disebar dan ditempel ditempat yang kiranya masyarakat banyak melihat. Spanduk ataupun baliho dipasang dipinggir-pinggir jalan dan juga beberapa masjid.





### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Matri Wawancara	
Peneliti	Apa bentuk bukti fisik yang dapat diberikan oleh Al-Azhar Islamic Tour dalam meyakinkan calon jamaah ?
Informan	Untuk bukti fisik kami berikan untuk jamaah seperti transportasi yang aman, nyaman dan lancar. Kami menggunakan maskapai penerbangan Saudi Airlines, Malaysia Airliness dan Lion Air. Di Arab Saudi terus juga menggunakan bus yang nyaman yang digunakan untuk transportasi menuju kota Mekkah dan berziarah . Kami juga ada muthawwaif yang berpengalaman dan Ustadz pembimbing yang aktif berbahasa Arab
Peneliti	Bagaimana prosedur rekrutmen karyawan yang dilakukan oleh Al-Azhar Islamic Tour?
Informan	Untuk prosedur karyawan harus memenuhi semua persyaratan yang kami tentukan ya.. Terus ada berkas-berkas yang harus dipersiapkan oleh calon karyawan yaitu, surat lamaran, curriculum vitae, legalisir ijazah dan transkrip, fotocopy ktp, foto 4x6 2 lembar, dan foto copy sertifikat pendukung.
Peneliti	Apa persyaratan khusus karyawan Al-Azhar Islamic Tour?
Informan	Kalau motivasi kepada karyawan kami semua disini menghargai ide-ide baru dari karyawan. Dan memberi kesempatan bagi karyawan untuk mengembangkan kreativitas melalui ide-ide baru karyawan.
Peneliti	Apa strategi yang digunakan oleh Al-Azhar Islamic Tour dalam proses penyampaian jasa ?
Informan	Untuk strategi proses penyampaian jasa kami semua berusaha memahami kebutuhan jamaah. Terus kami cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh jamaah. Karena karyawan harus melayani jamaah dengan baik dan selalu berkomitmen untuk memuaskan setiap jamaah.



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## TRANSKRIP WAWANCARA

Nama Informan : Budi Hermanto  
 Tanggal : Rabu , 8 Januari 2020  
 Tempat Wawancara : Kantor Al-Azhar Islamic Tour Padang  
 Topik Wawancara : Strategi bauran pemasaran paket umrah di Al-Azhar Islamic Tour Padang

	Materi Wawancara
Peneliti	Apa yang menjadi pertimbangan dalam pembentukan paket umrah di Al-Azhar Islamic Tour?
Informan	Untuk pertimbangan itu ada rute perjalanan ibadah umrah. Ada rute perjalanan landing langsung Madinah, rute perjalanan transit di Kuala Lumpur, rute perjalanan Turki dan Mesir. Rute perjalanan kami buat sesuai dengan keinginan jamaah.
Peneliti	Bagaimana tahapan dalam penetapan harga paket umroh di Al-Azhar Islamic Tour?
Informan	Kalau tahapan penting dalam penetapan harga paket itu aa melihat kondisi dollar terus dicocokkan dengan nilai rupiah. Terus seluruh biaya yang dikeluarkan dalam pembuatan paket ibadah umrah dapat dilihat dari harga tiket pesawat pulang pergi, harga visa dan harga hotel, tas, kain seragam, dan kain ihram. Terus juga Biaya langsung asama biaya tidak langsung.
Peneliti	Bagaimana proses distribusi paket umroh yang dilakukan oleh Al-Azhar Islamic Tour?
Informan	Untuk proses distribusi kami lakukan langsung dengan jamaah. Kami tidak melakukan bekerja sama secara resmi dengan pihak luar, tetapi di dukung oleh jamaah yang sukarela membantu dalam proses distribukan paket ibadah umrah.
Peneliti	Apa media yang digunakan Al-Azhar Islamic Tour untuk



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	melakukan promosi ?
Informan	Kami menggunakan media pendukung seperti kegiatan promosi ialah Facebook, Instagram, dan Whatsapp. Ters media pendukung lain ialah Youtube. Di Youtube terdapat banyak video keberangkatan dan kepulangan dari jamaah. Sesampainya di bandara, itu saya sendiri sebagai desain grafis meminta beberapa orang jamaah untuk dijadikan narasumber untuk menceritakan pengalaman setelah menggunakan Al-Azhar Islamic Tour dalam proses ibadah umrah. Setelah itu, akan saya unggah di Youtube sehingga masyarakat bisa menonton bagaimana perjalanan dan kesan jamaah yang menggunakan Al-Azhar Islamic
Peneliti	Bagaimana prosedur rekrutmen karyawan yang dilakukan oleh Al-Azhar Islamic Tour?
Informan	Kami mempunyai langkah-langkah dalam penerimaan karyawan pertama itu menentukan posisi yang dibutuhkan, terus mengeluarkan informasi pembukaan lowongan pekerjaan, setelah itu kami penerimaan surat lamaran. Namun, Tetapi dalam prosedur kami tidak menerima penerimaan surat lamaran melalui email tetapi surat lamaran pekerjaan diantar langsung ke kantor.





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**TRANSKRIP WAWANCARA**

Nama Informan : Depi Sartika  
 Tanggal : Sabtu, 28 Desember 2019  
 Tempat Wawancara : Kantor Al-Azhar Islamic Tour Padang  
 Topik Wawancara : Strategi bauran pemasaran paket umrah di Al-Azhar Islamic Tour Padang

	Materi Wawancara
Peneliti	Apa paket yang ditawarkan oleh Al-Azhar Islamic Tour?
Informan	Paket azhar itu berbeda-beda, bisa dilihat langsung dari selain rute perjalanan yang berbeda, fasilitas yang didapatkan, durasi waktu perjalanan umrah juga berbeda. Lihat saja paket harganya Rp25.500.000 durasinya waktu selama 10 hari, sedangkan pada paket ibadah umrah dengan harga Rp 27.500.000 mendapatkan durasi waktu yang lebih lama yaitu 13 hari. Disana saja sudah terlihat beda.
Peneliti	Apa yang menjadi pertimbangan dalam pembentukan paket umrah di Al-Azhar Islamic Tour?
Informan	Yang menjadi pertimbangan kami adalah akomodasi, catering, dan transportasi. Terus adalah persaingan. Kami berusaha dan harus mampu mampu berinovasi dan mengembangkan paket ibadah umrah agar dapat memberikan kepuasan kepada jamaah umrah. Karena pesaing sekarang ini juga semakin banyak dimana-mana.
Peneliti	Bagaimana tahapan dalam penetapan harga paket umroh di Al-Azhar Islamic Tour?
Informan	Untuk tahapan terpenting sebelum penetapan harga paket ibadah umrah yaitu memperhatikan rute perjalanan. Ada rute umrah plus Turki, rute perjalanan langsung Madinah. Dari kedua rute tersebut mempunyai harga yang berbeda-beda. Rute plus Turki lebih mahal dibandingkan rute perjalanan langsung Madinah karena jamaah tidak ada tambahan city tour ke Turki dan langsung landing di Madinah



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

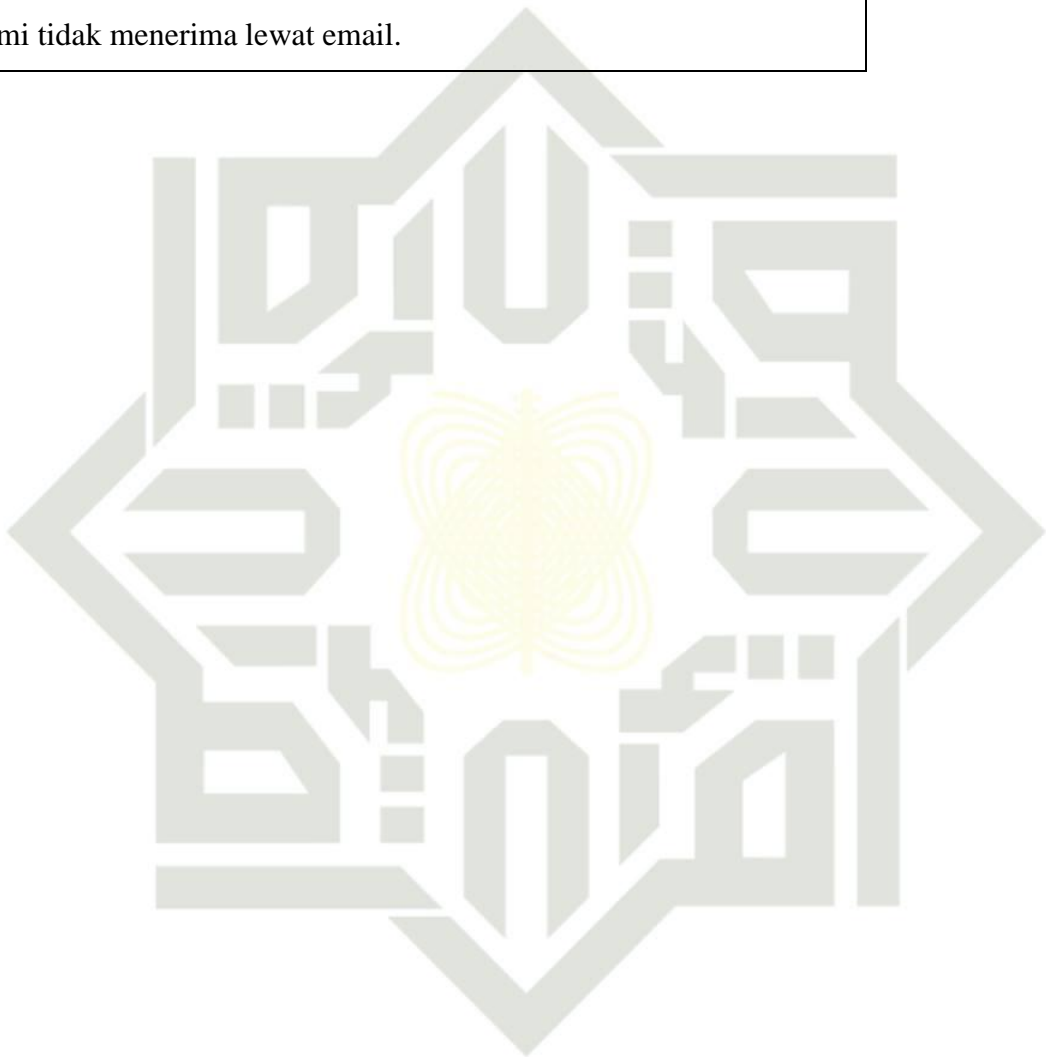
	Materi Wawancara
Peneliti	Apa faktor yang dipertimbangkan dalam penetapan harga paket umroh di Al-Azhar Islamic Tour?
Informan	Kami semua disini dalam penjualan paket ibadah umrah tidak hanya semata-mata untuk mendapatkan keuntungan, namun juga membantu jamaah agar dapat dipermudah dalam melaksanakan ibadah umrahnya. Oleh sebab itu, jamaah menjadi salah satu hal yang dipertimbangkan bagi kami.
Peneliti	Bagaimana proses distribusi paket umroh yang dilakukan oleh Al-Azhar Islamic Tour?
Informan	Untuk proses distribusi kami melakukan pendistribusian langsung kepada jamaah, dan membuka kantor cabang di berbagai kota besar ataupun kota kecil sehingga jamaah yang ingin mendaftar tidak harus datang ke kantor pusat Al-Azhar kami juga melakuka pendaftaran online dengan website resmi yang didalamnya terdapat berbagai macam paket ibadah umrah yang diinginkan jamaah, mulai dari rute perjalanan, durasi waktu, harga paket dan fasilitas yang didapatkan
Peneliti	Apa tujuan promosi yang dilakukan oleh Al-Azhar Islamic Tour?
Informan	Tujuan kegiatan promosi kami ialah memberikan perbedaan paket ibadah umrah yang ditawarkan Al-Azhar dengan paket ibadah umrah yang ditawarkan jasa perjalanan haji umrah lainnya. Bisa dilihat dari segi rute perjalanan. Al-Azhar memiliki rute perjalanan yang berfariatif, mulai dari rute perjalanan terbang langsung Madinah, Terus Transit Kuala Lumpur, dan plus Turki.
Peneliti	Bagaimana prosedur rekrutmen karyawan yang dilakukan oleh Al-Azhar Islamic Tour?
Informan	Nantinya surat lamaran yang diantarkan oleh calon karyawan harus menyiapkan berkas dan syarat-syarat yang telah ditentukan oleh Al-Azhar Islamic Tour. Terus kami juga menetapkan batasan waktu dalam pengantaran surat lamaran pekerjaan.



Materi Wawancara	
Peneliti	Apa persyaratan khusus karyawan Al-Azhar Islamic Tour?
Informan	Kami juga menetapkan berkas-berkas yang harus dipersiapkan oleh calon karyawan. Setelah itu, surat lamaran tersebut dapat diantar ke kantor Al-Azhar langsung tanpa pengiriman melalui email. Karna kami tidak menerima lewat email.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.







### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## TRANSKRIP WAWANCARA

Nama Informan : Auliya Rahmayana  
 Tanggal : Sabtu, 28 Desember 2019  
 Tempat Wawancara : Kantor Al-Azhar Islamic Tour Padang  
 Topik Wawancara : Strategi bauran pemasaran paket umrah di Al-Azhar Islamic Tour Padang

	Materi Wawancara
Peneliti	Apa paket yang ditawarkan oleh Al-Azhar Islamic Tour?
Informan	Paket Al-Azhar ini rute perjalanan yang berbeda, fasilitas yang didapatkan, durasi waktu perjalanan umrah juga berbeda. Bisa dilihat sendiri di macam-macam paket umrahnya, semuanya berbeda
Peneliti	
Informan	Al-Azhar ini tidak hanya ingin keuntungan saja, Tetapi juga membantu jamaah agar dapat dipermudah dalam melaksanakan ibadah umrahnya. Jadi makanya kami mempertimbangkan jamaah untuk membuat paket umrah. Tidak asal-asalan saja seperti itu.
Peneliti	Bagaimana kegiatan yang dilakukan oleh Al-Azhar Islamic Tour dalam proses promosi?
Informan	kegiatan promosi yang kami lakukan ialah dengan promosi langsung yang dapat dilakukan di kantor ini, di rumah, ataupun di telepon, sehingga mendapatkan umpan balik secara langsung dari calon jamaah.
Peneliti	Apa bentuk bukti fisik yang dapat diberikan oleh Al-Azhar Islamic Tour dalam meyakinkan calon jamaah ?



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	Materi Wawancara
Informan	Kami menyediakan konsumsi selama perjalanan ibadah umrah. Konsumsi merupakan kebutuhan utama jamaah untuk menjaga stamina dan kesehatan para jamaah yang sedang melakukan ibadah umrah. Konsumsi yang kami sediakan memenuhi standar gizi dan higienis sehingga jamaah tidak merasa kecewa. Kalau menu yang disediakan oleh hotel juga bervariasi, ada menu internasional dan ada menu khas Indonesia. Jamaah disediakan makanan sebanyak tiga kali sehari, yaitu pagi, siang, dan malam. Kami membuat jamaah merasa puas dengan apa yang kami berikan.
Peneliti	Apa persyaratan khusus karyawan Al-Azhar Islamic Tour?
Informan	Kami juga menetapkan berkas-berkas yang harus dipersiapkan oleh calon karyawan. Setelah itu, surat lamaran tersebut dapat diantar ke kantor Al-Azhar langsung tanpa pengiriman melalui email
Peneliti	Apa strategi yang digunakan oleh Al-Azhar Islamic Tour dalam proses penyampaian jasa ?
Informan	Proses penyampaian jasa selain berkomunikasi dengan baik, kami mempunyai sarana pendukung seperti komputer, telepon dan brosur. Sarana pendukung yang digunakan agar mempermudah dalam proses penyampaian jasa yang diberikan kepada jamaah.



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## FOTO DOKUMENTASI



**Wawancara dengan Bapak Yonhadi Ramon selaku  
Direktur Al-Azhar Islamic Tour Padang**



**Wawancara dengan Bapak Abdussalam selaku  
Komisaris Al-Azhar Islamic Tour Padang**



**Wawancara dengan Bapak Taufik selaku Marketing  
Al-Azhar Islamic Tour Padang**



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Wawancara dengan Ibu Aulia Rahma Yana selaku Adminitrasi Al-Azhar Islamic Tour Padang**



**Wawancara dengan Ibu Depi Sartika selaku Accaounting Al-Azhar Islamic Tour Padang**



**Wawancara dengan Bapak Budi Hermanto selaku Desain Grafis Al-Azhar Islamic Tour Padang**



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Ruangan Kantor Al-Azhar Islamic Tour Padang**



**Lantai 2 Ruang Manasik Al-Azhar Islamic Tour Padang**



**Jamaah Umrah Al-Azhar Islamic Tour Padang**



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Jamaah Umrah Al-Azhar Islamic Tour Padang**



**Proses wawancara pengalaman jamaah umrah setelah menggunakan Al-Azhar Islamic Tour di Bandara**



**Umrah Bersama Ustadz Abdul Somad**



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Foto Team Al-Azhar Islamic Tour Padang



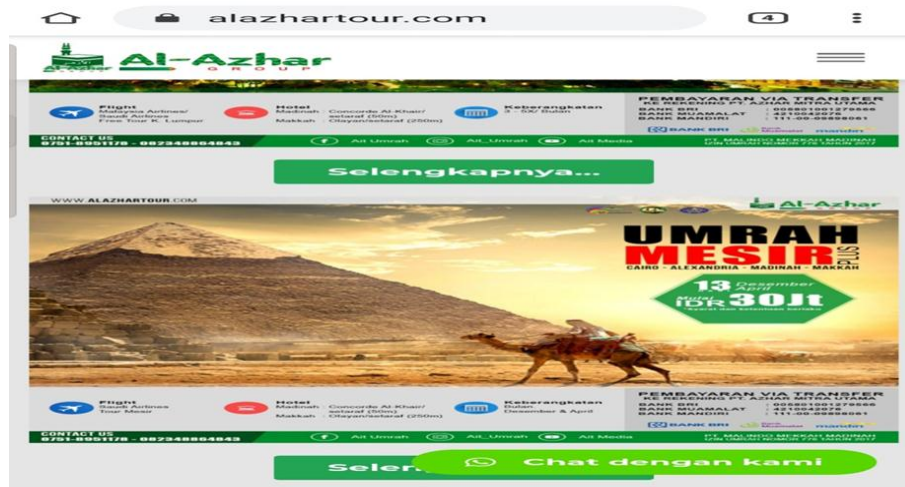
Brosur Paket Umrah Al-Azhar Islamic Tour



Promosi Al-Azhar Islamic Tour menggunakan Facebook

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Promosi Al-Azhar Islamic Tour menggunakan website



Promosi Al-Azhar Islamic Tour menggunakan Baliho



Promosi Al-Azhar Islamic Tour menggunakan Youtube





### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Pemberitahuan Lowongan Pekerjaan Al-Azhar Melaui Media Masa



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**  
**STRATEGI BAURAN PEMASARAN PAKET UMRAH DI PT AL-AZHAR**  
**ISLAMIC TOUR**

Disusun Oleh:


  
IKHSANDRI HERIZAL  
NIM 11644202377

Telah di setujui oleh pembimbing pada tanggal 23 Mei 2019

Pembimbing

  
Khairuddin, M.Ag  
NIP.19720817 200910 1 002

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen Dakwah

  
Imron Rosidi, S.Pd., M.A., Ph.D  
NIP.19811118 200901 1 006

UIN SUSKA RIAU



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 23 Mei 2019

Hal : *Naskah Riset Proposal*

Kepada Yth,

**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**

Di -

Tempat

*Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarakatuh.*

Dengan hormat,

Setelah membaca, menulis dan memberi penunjuk serta mengadakan perubahan seperlunya, maka kami selaku dosen pembimbing menyetujui bahwa riset proposal saudara **IKHSANDRI HERIZAL**, NIM **11644200576** dengan judul **“STRATEGI BAURAN PEMASARAN PAKET UMRAH DI PT AL-AZHAR ISLAMIC TOUR”** untuk mengeluarkan surat riset penelitian Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian surat ini dibuat, atas perhatian Bapak kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Pembimbing

**Khairuddin, M.Ag**

NIP.19720817 200910 1 002





© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



UIN SUSKA RIAU

UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp. 0761-562223  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/2866/2019  
Lampiran : 1 berkas  
Hal : Penunjukan Pembimbing  
a.n. **Ikhsandri Herizal**

Pekanbaru, 22 Rajab 1440 H  
29 Maret 2019 M

Kepada Yth,

**Sdr. Khairuddin, M.Ag**  
Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Suska Riau

**Assalamu'alaikum wr. wb.,**

Dengan hormat,

Berdasarkan hasil musyawarah Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi tentang penentuan judul Skripsi dan pembimbing mahasiswa bernama **Ikhsandri Herizal** NIM 11644200576 Dengan judul "**Strategi Bauran Pemasaran Umrah di PT. Al-Azhar Islamic Tour Pekanbaru**" (sinopsis terlampir), maka kami harapkan kesediaan Saudara menjadi pembimbing penulisan Skripsi mahasiswa tersebut di atas.

Bimbingan yang Saudara berikan meliputi :

1. Materi / Isi Skripsi
2. Metodologi Penelitian

Kami tambahkan bahwa Saudara dapat mengarahkan atau mengubah judul di atas bersama mahasiswa bersangkutan, sejauh tidak mengubah tema atau masalah pokoknya. Kami harapkan juga bimbingan tersebut dapat selesai dalam waktu paling lama 6 (enam) bulan.

Atas kesediaan dan perhatian Saudara diucapkan terima kasih.



Wassalam  
Kuasa Dekan,

**Dr. Masduki, M.Ag**  
NIP. 197106121998031003





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrandt No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp. 0761-562223  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/8748/2019  
Sifat : Biasa  
Hal : Mengadakan Penelitian

Pekanbaru, 12 Rabiul Akhir 1441 H  
09 Desember 2019 M

Kepada Yth:  
Kepala Dinas Penanaman Modal dan  
Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau  
Pekanbaru

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa datang menghadap bapak, mahasiswa kami:

Nama : Ikhsandri Hendrizal  
NIM : 11644200576  
Semester : VII (Tujuh)  
Jurusan : Manajemen Dakwah  
Pekerjaan : Mahasiswa Fak. Dakwah dan Komunikasi

Akan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul:

"Strategi Bauran Pemasaran Paket Umrah di PT. Al-Azhar Islamic Tour"

Adapun sumber data penelitian adalah:

"PT. Al-Azhar Islamic Tour"

Untuk maksud tersebut kami mohon Bapak berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah kami sampaikan dan atas perhatian Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalam

a.n. Rektor,  
Dekan,



Dr. Nurdin, MA  
NIP. 19660620 200604 1 015

Tembusan :  
1. Yth. Rektor UIN Suska Riau  
2. Mahasiswa yang bersangkutan

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



© Ha



UIN Suska Riau

UIN Suska Riau

### Hak Cipta diinindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## PEMERINTAH PROVINSI RIAU DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I & II Komp. Kantor Gubernur Riau  
Jl. Jenderal Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39119 Fax. (0761) 39117, PEKANBARU  
Email : dpmptsp@riau.go.id Kode Pos : 28126

### REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPPTSP/NON IZIN-RISET/28606  
TENTANG



032010

### PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/8748/2019 Tanggal**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

- |                      |   |  |
|----------------------|---|--|
| 1. Nama              | : | IKHSANDRI HERIZAL  |
| 2. NIM / KTP         | : | 11644200576  |
| 3. Program Studi     | : | MANAJEMEN DAKWAH   |
| 4. Jenjang           | : | S1   |
| 5. Alamat            | : | PEKANBARU  |
| 6. Judul Penelitian  | : | STRATEGI BAURAN PEMASARAN PAKET UMRAH DI PT. AL-AZHAR ISLAMIC TOUR |
| 7. Lokasi Penelitian | : | PT. AL-AZHAR ISLAMIC TOUR  |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru  
Pada Tanggal : 9 Desember 2019



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :  
Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)

DINAS PENANAMAN MODAL DAN  
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
PROVINSI RIAU

Tembusan :

Ditampilkan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Gubernur Sumatera Barat
3. Up. Dinas Penanaman Modal dan PTSP Provinsi Sumatera Barat di Padang
4. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
5. Yang Bersangkutan





## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PEMERINTAH PROVINSI SUMATERA BARAT**  
**DINAS PENANAMAN MODAL**  
**DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
 Jln.Setia Budi No.15 Padang Telp. 0751-811341, 811343 Fax. 0751-811342  
<http://dpmpstp.sumbapro.go.id>

**SURAT KETERANGAN**  
 Nomor : B.070 /1143 - PERIZ/DPM&PTSP/XII/2019  
**Rekomendasi Penelitian**

Menimbang :	a.	Bahwa untuk tertib administrasi dan pengendalian pelaksanaan penelitian dan pengembangan perlu diterbitkan rekomendasi penelitian;
	b.	Bahwa sesuai konsideran huruf a diatas, serta hasil Verifikasi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sumatera Barat, berkas Persyaratan Administrasi Penelitian telah memenuhi syarat.
Mengingat :	1.	Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
	2.	Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah;
	3.	Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2011 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah;
	4.	Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 Tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian yang telah Dirubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014 tentang Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
Memperhatikan :		Sesuai Surat Kepala Dinas Penanaman Modal Dan Ptsp Provinsi Riau Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Uin Suska Riaunomor : 503/Dpmpstp/Non Izin-Riset/28606 Tanggal 9 Desember 2019 Tentang Mohon Surat Pengantar Izin Penelitian.

Dengan Ini Menerangkan Bahwa Kami Memberikan Rekomendasi Penelitian Kepada :

Nama : Ikhsandri Herizal  
 Tempat/Tanggal Lahir : Lumpo Timur 12 Desember 1997  
 Pekerjaan : Mahasiswa  
 Alamat : Jorong Kambang Baru, Kecamatan Sungai Rumbai, Kab Dharmasraya  
 Nomor Kartu Identitas : 1310035212970002  
 Judul : Strategi Bauran Pemasaran Paket Umrah Di Al-Azhar Islamic Tour Padang  
 Lokasi Penelitian : Al-Azhar Islamic Tour Padang  
 Jadwal Penelitian : 6 Bulan ( 20 Desember 2019 S/D 20 Juni 2020 )  
 Penanggung Jawab : Kepala Dinas Penanaman Modal Dan Ptsp Provinsi Riau

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Wajib menghormati dan mentaati peraturan dan tata tertib di daerah setempat / Lokasi Penelitian;
2. Pelaksanaan penelitian agar tidak disalahgunakan untuk tujuan yang dapat mengganggu Kestabilan Keamanan dan Ketertiban di daerah setempat;
3. Melaporkan hasil penelitian dan sejenisnya kepada Gubernur Sumatera Barat melalui Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sumatera Barat;
4. Bila terjadi penyimpangan dari maksud / tujuan penelitian ini, maka surat rekomendasi ini tidak berlaku dengan sendirinya.

Demikianlah Rekomendasi ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Padang, 16 Desember 2019

A.n. GUBERNUR SUMATERA BARAT  
 KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN  
 PELAYANAN TERPADU SATU PINTU



Tembusan:

1. Gubernur Sumatera Barat (sebagai laporan)
2. Kepala Badan Kesbangpol Provinsi Sumatera Barat
3. Kepala Badan Kesbangpol Kota Padang







**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**  
**كلية الدعوة والاتصال**  
**FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION**  
Jl. H.R. Soebrandt No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp. 0761-562223  
Fax. 0761-562052 Web: www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/8819/2019  
Sifat : Biasa  
Hal : **Mengadakan Penelitian.**

Pekanbaru, 12 Rabiul Akhir 1441 H  
09 Desember 2019 M

**Kepada Yth:**  
**Pimpinan PT. Al-Azhar Islamic Tour Padang**  
**Sumatera Barat**

**Assalamu'alaikum wr. wb.**

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa datang menghadap bapak, mahasiswa kami:

**N a m a : Ikhsandri Hendrizal**  
**N I M : 11644200576**  
**Semester : VII (Tujuh)**  
**Jurusan : Manajemen Dakwah**  
**Pekerjaan : Mahasiswa Fak. Dakwah dan Komunikasi**

Akan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul:

**"Strategi Bauran Pemasaran Paket Umrah di PT. Al-Azhar Islamic Tour"**

Adapun sumber data penelitian adalah:

**"PT. Al-Azhar Islamic Tour"**

Untuk maksud tersebut kami mohon Bapak berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah kami sampaikan dan atas perhatian Saudara diucapkan terima kasih.

UIN SUSKA RIAU



**Tembusan :**  
1. Yth. Rektor UIN Suska Riau  
2. Mahasiswa yang bersangkutan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**BIRO PERJALANAN  
UMRAH DAN HAJI PLUS**  
Umrah Berkualitas Sesuai Sunnah

**SURAT KETERANGAN**  
No : 001/SK/AMU/AIT/VI/2019

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Manajemen Al-Azhar Islamic Tour wilayah Padang menyatakan mahasiswa dengan data dibawah ini :

Nama : IKHSANDRI HERIZAL  
Nim : 11644200576  
Jurusan : Manajemen Dakwah  
Universitas : UIN SUSKA RIAU  
Judul Penelitian : Strategi Bauran Pemasaran Paket Umrah di Al-Azhar Islamic Tour Padang

Telah melakukan penelitian untuk keperluan tugas akhir/ skripsi di Al-Azhar Islamic Tour di wilayah Padang.

Demikianlah surat keterangan ini dibuat untuk dapat di pergunakan sebagaimana mestinya.

Padang, 28 Desember 2019

Diketahui,  
Pimpinan Al-Azhar Islamic Tour

H. Abdussalam, Lc.





## BIOGRAFI PENULIS

Ikhsandri Herizal lahir di Lumpo Timur, 12 Desember 1997. Anak kedua dari dua bersaudara. Anak dari pasangan Arizal dan Heristati. Penulis menyelesaikan pendidikan dasar di Sekolah Dasar Negeri 14 Sungai Rumbai pada tahun 2010. Kemudian melanjutkan pendidikan tingkat menengah pertama di Sekolah Menengah Pertama Negeri 01 Sungai Rumbai dan tamat pada tahun 2013. Pada tahun 2013 penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama di SMA Negeri 01 Sugngai Rumbai dan dinyatakan lulus pada tahun 2016. Pada tahun 2016 penulis melanjutkan studi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Manajemen Dakwah untuk meraih gelar Sarjana dalam jenjang Strata Satu (S1).

Pada Tahun 2019, penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Tanjung Belit Selatan, Kampar Kiri Hulu selama 50 hari. Kemudian pada tahun yang sama penulis juga melaksanakan Praktek Kerja Profesi (Job Training) yang dilaksanakan di Travel An-Najwa Islamic Touar & Travel, Pekanbaru, Riau.

Penulis melakukan penelitian di Kota Padang Sumatera Barat denan judul Strategi Bauran Pemasaran Paket Umrah di Al-Azhar Islamic Tour. Kemudian di ACC oleh Pembimbing pada tanggal 02 Februari 2020. Pada hari Jum'at tanggal 16 Mei 2020 penulis melaksanakan siding online dikarenakan covid-19. Dan tanggal 16 Mei 2020 penulis dinyatakan "Lulus" dan berhak menyandang gelar Sarjana Sosial (S.Sos) melalui sidang Munaqasah dengan IPK 7,5 dengan prediket sangat memuaskan di Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.